

## **Utvecklingsförslag för studerandes praktik och examensarbets utbyte till företag**

Situationsanalys med enkät, utveckling av årsklocka  
och en marknadsplan för lansering av portal

Kim Ketola

Examensarbete för yrkeshögskola examen

Produktionsekonomi

Vasa 2023

## EXAMENSARBETE

Författare: Kim Ketola

Utbildning och ort: Yrkehögskola, Vasa

Inriktning: Produktionsekonomi

Handledare: Roger Nylund

Titel: Utvecklingsförslag för studerandes praktik och examensarbets utbyte till företag

---

Datum: 13.6.2023 Sidantal: 40

Bilagor: 3

---

### Abstrakt

Detta arbete ger utvecklingsförslag som yrkehögskolan Novias institution teknik och sjöfart i Vasa kan tillämpa för att öka på samverkan mellan högskolan och företag, då det gäller studeranderesurser. Arbetet har tre huvudsakliga uppgifter där en situationsanalys av arbetsmarknaden görs, en årsklocka för att underlätta informationsbyte inom högskolan utvecklas och en marknadsplan för en digital plattform byggs upp.

För att kartlägga högskolestuderandes praktik och examensarbets utbyte från högskolan ut till företag utvecklades en enkät som är riktad till arbetsmarknaden där företag kunde dela med sig deras erfarenheter och behov av högskolestuderande.

Inom arbetet utvecklas en årsklocka vars uppgift är att underlätta växlingen av information såsom händelser, deadlines och annan väsentlig information. Två typer av årsklocka tas upp i arbetet en byggd i Mc PowerPoint och andra outsourcad Visma plandisc.

Arbetet bygger upp en marknadsplan för lanseringen av en webbsida som kallas för praktikportalen. Till marknadsplanen används SOSTAC modellen som botten då denna modell är riktad för lansering och uppföljning av digitala plattformar. Arbetet tar också upp allmänna utvecklingsförslag som kan tillämpas inom institutionen teknik och sjöfart.

Rekommendationerna i detta arbete skall hjälpa institutionen teknik och sjöfart att utveckla medel för högskolestuderanden att hitta företag när de skall utföra sina praktik och examensarbeten och underlätta informationsflödet inom institutionen.

---

Språk: svenska

Nyckelord: enkät, marknadsplan, SOSTAC, årsklocka, plandisc

## **BACHELOR'S THESIS**

Author: Kim Ketola

Degree Programme: Bachelor's degree, Vasa

Specialisation: Industrial Management and Engineering

Supervisor(s): Roger Nylund

Title: Development proposals for students' internship and thesis exchange with companies

---

Date 13.6.2023 Number of pages: 40

Appendices: 3

---

### **Abstract**

This work provides development proposals that Novia University of Applied Sciences, specifically the institution of Technology and Maritime Studies in Vaasa, can implement to enhance collaboration between the university and companies regarding student resources. The work has three main tasks: conducting a market analysis, developing an annual clock to facilitate information exchange within the university and building a marketing plan for a digital platform.

To map the internships and thesis exchanges of university students to companies, a survey was developed targeting the job market, allowing companies to share their experiences and needs regarding university students.

Within the work, an annual clock is being developed with the purpose of facilitating the exchange of information such as events, deadlines, and other essential information. Two types of annual clocks are discussed: one built in MS PowerPoint and another outsourced to Visma Plandisc.

The work establishes a marketing plan for the launch of a website called the Praktikportalen. The SOSTAC model is used as the basis for the marketing plan, as this model is tailored for the launch and follow-up of digital platforms. The work also addresses general development proposals that can be applied within the institution of Technology and Maritime Studies.

The recommendations in this work are intended to assist the institution of Technology and Maritime Studies in developing means for university students to find companies regarding their internships and thesis projects, as well as facilitating information flow within the institution.

---

Language: Swedish

Key words: Survey, Marketing Plan, Annual Clock, SOSTAC, Plandisc

# Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Bakgrund och problemformulering.....	1
1.2	Syfte.....	2
1.3	Avgränsning.....	2
2	Yrkeshögskolan Novia och Technobothnia.....	2
2.1	Yrkeshögskolan Novia.....	2
2.2	Technobothnia.....	3
3	Enkät.....	4
3.1	Enkätens uppgift.....	4
3.2	Enkätens uppbyggnad.....	4
3.3	Mål.....	6
3.4	Svar och resultat, analys och motivering baserat på svaren.....	6
3.5	Förbättring och fel.....	17
3.6	Sammanfattning.....	18
4	Årsklocka.....	18
4.1	Årsklockans uppgift.....	18
4.2	Olika versioner.....	18
4.3	Plandisc.....	22
4.3.1	Användning av Plandisc.....	22
4.4	Sammanfattning.....	24
5	Marknadsplan.....	25
5.1	SOSTAC marknadsplan till webbsidan praktikportalen.....	25
5.1.1	SOSTAC.....	25
5.1.2	Situation analysis.....	25
5.1.3	Objectives.....	27
5.1.4	Strategy.....	28
5.1.5	Tactics.....	33
5.1.6	Action.....	34
5.1.7	Control.....	34
5.2	Andra förslag.....	36
6	Sammanfattning.....	36
7	Diskussion.....	37
8	Källor.....	37
9	Bilgor.....	40
9.1	Bilaga 1 enkät.....	40
9.2	Bilaga 2 Plandisc.....	43
9.3	Bilaga 3. uträkningar för marknadsplan.....	45

# 1 Inledning

## 1.1 Bakgrund och problemformulering

Då man frågar yrkeshögskolan Novia utexaminerade alumner vad som blev mest uppskattat under deras studiegång är svaret, för största delen av dem som har svarat, praktiken och arbetet med lärdomsprovet. Det här gäller oftast sådana fall där studerande fått arbeta med företag och konkreta uppgifter inom arbetslivet.

Med de kraftiga nedskärningar som statliga finansieringen har gjort och ökat behov av att få studerande examinerade, det vill säga med mindre resurser och ökad efterfrågan är det utmanande för högskolan att kunna utöka samverkan med företag.

Detta arbete baserar sig på forskning, framsteg och resultat som görs vid projektet Praktik 2.0 som pågår under tiden 01.05.2020-31.12.2023 vid yrkeshögskolan Novias FUI verksamhet. Examensarbetet har tre huvudsakliga delar.

- Göra upp en marknadsplan för lanseringen av en webbsida som kallas praktikportal. Portalen utvecklas inom projektet praktik 2.0. marknadsplanen innehåller också andra möjligheter som kan utvecklas för att förbättra studerandes utbyte av praktik och examensarbeten till företag.
- I arbetet utvecklas en årsklocka där praktikens årscykel hos utbildningarna skulle kartläggas samt händelser av intresse inom Technobothnia och högskolan Novia skulle visas.
- En utredning i form av en enkät där en situationsanalys av företagets erfarenheter och behov av studeranderesurser utreds.

*(Projektrapport, behovsanalys)*

Då företag i allt högre grad har behov av flexibla resurser ger detta en stor utmaning för högskolan att lägga resurser till att individualisera utbildningen, då statliga finansieringen har minskat med en fjärdedel från 2012 till 2017.

Genom att lansera en praktikportal blir utmaningen att få den att bli använd av studerande och företag. Två frågor är vad man kan göra för synligheten för portalen och vilken är marknaden för den. Finns det också andra möjligheter från högskolans sida som skulle gynna utbytet mellan högskolan och företag gällande studeranderesurser.

Med praktikportal anses i detta fall en webbsida utvecklad för att underlätta informationsutbytet mellan företag och yrkeshögskolestuderande då det gäller sökande av praktik och examensarbets uppgifter.

För att underlätta kommunikationen och informationsflöde inom institutionen Teknik & Sjöfarts personal och studerande, undersöks möjligheterna vad en årsklocka kan hjälpa och hur man upprätthåller en årsklocka med begränsade resurser och tid.

## **1.2 Syfte**

I detta examensarbete undersöks hur yrkeshögskolan Novia kan höja sin profil genom att utveckla studerandes praktik och hjälpa lokala företag att bli synliga för studerande. Jag skall också söka efter möjligheter där man skulle kunna beakta företagets behov av flexibel tillgång till personresurser och utbildningens behov för kostnadseffektivitet, flöde, examensproduktion.

## **1.3 Avgränsning**

Detta arbete är enbart riktad till institutionen teknik och sjöfart Vasa.

För att kunna göra en marknadsplan behöver man få mycket information gällande institutet teknik & sjöfart och detta kräver mycket kommunikation för att kunna samla in all information som behövs och givna tidsramen för till detta arbete räckte inte till att göra en fullständig analys.

Då man följer SOSTAC marknadsplansstruktur gällande webbsidor skall man göra varje steg så detaljerat som möjligt för att kunna bygga upp en trovärdig plan. Eftersom det inte finns tid för en detaljerad marknadsplan måste marknadsplanen i detta arbete byggas upp i ett mera allmänt syfte.

# **2 Yrkeshögskolan Novia och Technobothnia**

## **2.1 Yrkeshögskolan Novia**

Då detta arbete skriv är yrkeshögskolan, som har fungerat med namnet Novia sedan 2008, Finalnds största svenskspråkiga högskola med totalt 4500 studeranden och 320 anställda med fem campus belägna i Jakobstad, Raseborg Vasa och Åbo. Yh Novia är delad i fem institutioner: teknik och sjöfart, hälsa och välfärd, företagsekonomi, konst och kultur och bioekonomi. I detta

arbete beaktas endast institutionen teknik och sjöfart med campus beläget i Vasa som har två byggnader till förfogande, huvudbyggnaden W33 och laborationsbyggnaden Technobothnia. Skolan har föreläsningssalar och personalutrymmen i båda byggnaderna.

#### Studier

Yrkeshögskolan Novia erbjuder utbildningar i form av dagsstudier, flerformsstudier, öppna studier och högre fortbildningar.

#### Företagstjänster

Institutionen teknik och sjöfart erbjuder också företagstjänster. Första formen av tjänster är att man kan uthyra utrymmen som auditorier, grupputrymmen och klassrum. Andra tjänster som högskolan erbjuder är karriärtjänster där företag kan dela med sig uppgifter om öppna positioner inom företaget. Karriärtjänsten syns i intranätverket med samtliga företags upplägg inom samma "ruta". Tredje formen av företagstjänster är samarbete och/eller utbildning av personal. Högskolan kan skraddarsy en fortbildning, kurser och workshops inom aktuella teman på företagets/kommuners begäran. På avlagda kurser och utbildningar fås intyg.

## 2.2 Technobothnia

Technobothnia blev grundat 1996 i före detta Vaasan Puuvilla Oy byggnaden och är, när detta arbete skrivs, en byggnad där tekniska-, miljö- och bygglaborationer kan utföras. Tre högskolor delar och samarbetar i dessa utrymmen med varandra. Dessa högskolor är yrkeshögskolan Novia, Vaasan ammattikorkeakoulu och Vasa universitet.

På hemsidan står det att Technobothnia opererar enligt dessa principer: Technobothnia skall fungera som en kanal för samarbete med företag, utbildnings-, och andra forskningsinstitut och andra teknologicentra. Genom att skapa en ram för högkvalitativ utbildning och forskning inom teknikområdet. Technobothnia erbjuder också möjligheter för forskning, produktutveckling samt utbildnings-, mät-, testtjänster till både privata och offentliga sektorn.

Institutionen teknik och sjöfart Vasa har också egna föreläsningstrymmen, personalarbetsrum och FUI belägna på andra och tredje våningen i själva Technobothnia byggnaden.

<https://www.novia.fi/foretagstjanster>

<https://www.novia.fi/om-oss/organisation>

<https://www.novia.fi/utbildning/oppna-yh-och-fortbildning/>

<https://www.technobothnia.fi/>



<https://www.technobothnia.fi/technical-collaboration/about-technobothnia/>

<https://www.technobothnia.fi/corporate-services/>

<https://www.technobothnia.fi/corporate-services/corporate-services/>

<https://www.porssitieto.fi/poistuneet/vaasanpuuv.shtml>

## **3 Enkät**

Detta kapitel handlar om enkäten som byggdes för att ta reda på olika företags erfarenheter och deras behov gällande högskolestuderanderesurser. Kapitlet börjar med själva enkätens uppbyggnad, efterhand presenteras de väsentligaste svaren och analysen man kan göra av svar som gjorts. Fel som hittades och förbättringar som kan göras till enkäten behandlas efteråt och kapitlet avslutas med idéer för framtida enkät och sammanfattning.

### **3.1 Enkätens uppgift**

Enkätens uppgift är att få information av företag i nejden om deras erfarenhet av yrkeshögskolestuderanden de har haft hos sig. Idén är att kunna tillämpa ändringar inom institutionen teknik och sjöfart för att främja utbytet mellan skolan och företagen i nejden. Till enkätens uppgift är också att få kontaktuppgifter till företagen för framtida samarbete, kontaktuppgifterna behandlas enligt GDPR. Enkäten är för då detta arbete skrivs riktad till tekniska institutionen och därmed har sänts till företag inom teknik branschen.

### **3.2 Enkätens uppbyggnad**

Enkäten baserades på en tidigare modell som gjordes under våren 2022 av projektledaren för praktik 2.0 projektet. För att kunna ha möjlighet att jämföra denna enkät med den föregående enkäten ställdes liknande frågor, men för att bättre kunna kartlägga studerandes praktik lades flera frågor till. Enkäten sändes till företagsmejl under hösten 2022.

Idén till enkäten hade redan kommit till projektledaren tidigare under året 2022 och denna preliminära enkät blev sänd till flera företagsmejl. Då MATCHing evenemanget närmade sig så fick skribenten av detta arbete idén att ge ut en liknande enkät som projektledaren hade byggt tidigare och dela ut den nya enkäten till deltagande företag i MATCHing evenemanget 2022.

Till själva MATCHing evenemanget gjordes en kortare version med fyra mest relevanta frågorna man ville ha svar på. Den kortare versionen delades ut som pappersversion under själva MATCHing evenemanget. Korta versionen innehåller frågorna:

1. Har ni haft högskolestuderanden som gjort sin praktik och/eller examensarbete i ert företag.
2. Har ni förbättringsförslag på hur processen med rekrytering av praktikanter /examensarbetare kunde göras smidigare?
3. Uppstår det i ert företag uppdrag som kunde utföras av studeranden mera integrerat med undervisningen och de kurser som studeranden tar [...].
4. Är ni intresserade av att testa ett koncept med flexibel praktik där studerande/studerande grupper arbetar med ett uppdrag under en längre period men inte heltid?

Det kom in totalt 15 svar av 25 deltagande företag. Samtliga företag svarade också senare på den egentliga enkäten som sändes i efterhand.

Själva enkäten gjordes i Microsoft Forms programmet och den innehåller 31 frågor som är både valalternativfrågor och öppna frågor samt en fråga där vitsord ges. Både en finsk och svensk version av enkäten är byggt för att kunna få in flera svar.

Ett officiellt e-mejlmall är uppbyggt. E-mejlet innehåller linkar till enkäten och ett följebrev, där en sammanfattning om enkäten är skriven. En finsk och en svensk version finns av e-mejlet och följebrevet. Enkäten sändes till diverse företag under hösten 2022.

Enkäten är uppbyggd i tre delar. Första delen skall information fyllas i för att få kontaktuppgifter. Den andra delen består av frågor om företagets erfarenheter av studeranderesurser. Den tredje delen av enkäten består av frågor gällande behov av studeranderesurser.

Till skillnad från enkäten som blev sänt under våren 2022, innehåller den här enkäten flera frågor gällande vilken tidpunkt på året företag önskar få studeranderesurser till företagen. Detta gjordes som en del av kartläggningen om studerandes praktik.

Del ett Bakgrundsinformation

Första delen innehåller åtta frågor varav tre första av frågorna är obligatoriska och den här delen av enkäten är uppbyggd för att samla in kontaktuppgifter och bakgrundsinformation av företaget som sänder in svar.

Del två Erfarenheter av studeranderesurser.

Den andra delen av enkäten är uppbyggd för att kunna samla in information gällande erfarenheter företag i fråga har haft tidigare med högskolestuderanderesurser. Del två har sex

valalternativs frågor, en fråga där vitsord väljs på en skala 0–10 och fyra öppna frågor där man kan svara fritt.

Del tre: Behov av studeranderesurser

Tredje delen av enkäten är uppbyggd för att samla in information om företagets behov av högskolestuderanderesurser. Delen innehåller tolv frågor, varav sju är svarsalternativfrågor och fem öppna frågor där fritt formulerade svar önskas. En av frågorna gällande GDPR är obligatorisk att svara på, för att kunna sända in enkäten för behandling. Denna fråga lades till för att undvika missförstånd, ifall företag inte vill att information som har getts gällande företaget skall behandlas.

### **3.3 Mål**

Ett av de huvudsakliga målen inom projektet Praktik 2.0 är att samla in information för att kunna kartlägga och bygga upp en bild av företags erfarenheter och önskemål gällande högskolestuderanderesurser. Därför vill man ha så många svar som möjligt från olika företag, både inom nejden och utanför nejden. Minimimålet för antalet inlämnade svar var 30. Med 39 svar, varav sju hade fyllt i svenska versionen och 22 hade fyllt i finska versionen av enkäten, blev minimiantalet svar uppnått. Det finns tillräckligt med information för att kunna anse enkäten som en pålitlig informationskälla.

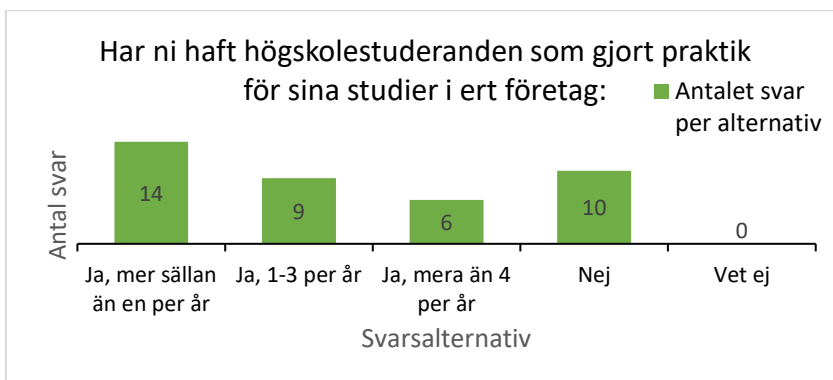
### **3.4 Svar och resultat, analys och motivering baserat på svaren**

Här kommer enkätens frågor och svar ställas upp förutom sådana svar som kan avslöja identiteten på svarsgivaren och dess företag. Endast de mest relevanta svaren visas, för att ta ner på onödig text. Hela enkätens uppbyggnad finns presenterad i bilaga 1.

Varje fråga ställs upp och en kort sammanfattning skrivs enligt svaren som lämnats in. I vissa frågor ställs svaren upp där svaret ger mycket givande information. Samtliga valfrågor ges i grafisk form och har frågan skriven in i bilden för att man lättare skall kunna se helheten.

Erfarenheter av studerande resurser

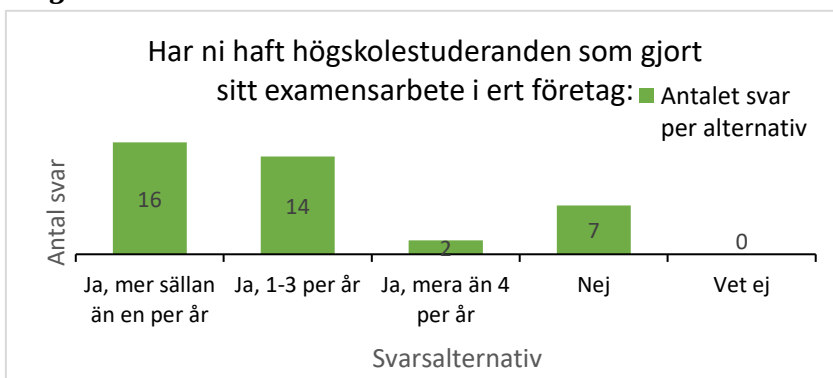
#### ***Fråga 9***



**Figur 1. Vad företag har svarat gällande högskolestuderande som utfört sin praktik för sina studier hos företagen.**

Största delen av svaranden hade haft max en högskolestuderande per år som gjort sin praktik i företaget. Här är det värt att notera att ganska många svarande hade inte haft någon studerande att göra sin praktik i företaget. Ifall detta beror på osynlighet till studerande så finns det skäl till förbättring. Men man måste också ta i beaktande om svarande har tänkt praktik skilt från till exempel sommararbete som också kan anses som praktik i många fall.

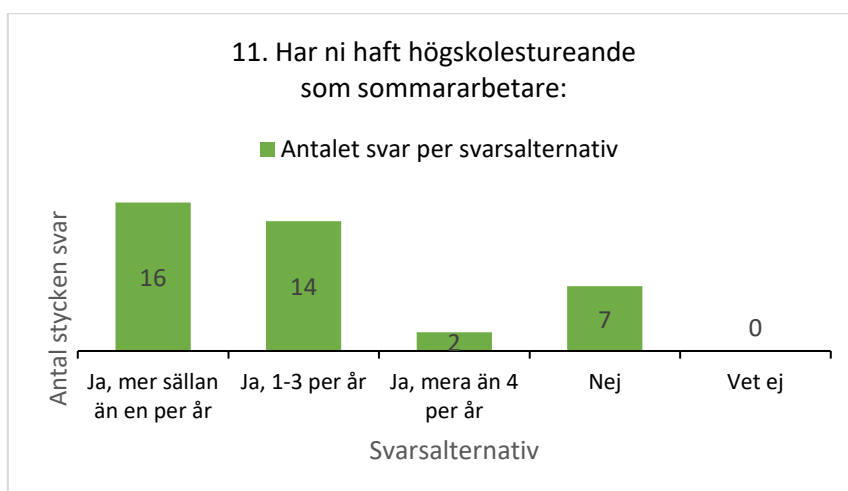
### Fråga 10



**Figur 2. Vad företag har svarat gällande högskolestuderande som utfört sitt examensarbete för sina studier hos företaget.**

Här kan man se att flera av de som svarat har haft upp till tre studerande per år som gjort sitt examensarbete i företaget. Här är också antalet som svarat nej lite mindre än när det gäller studerande som gjort sin praktik i företaget.

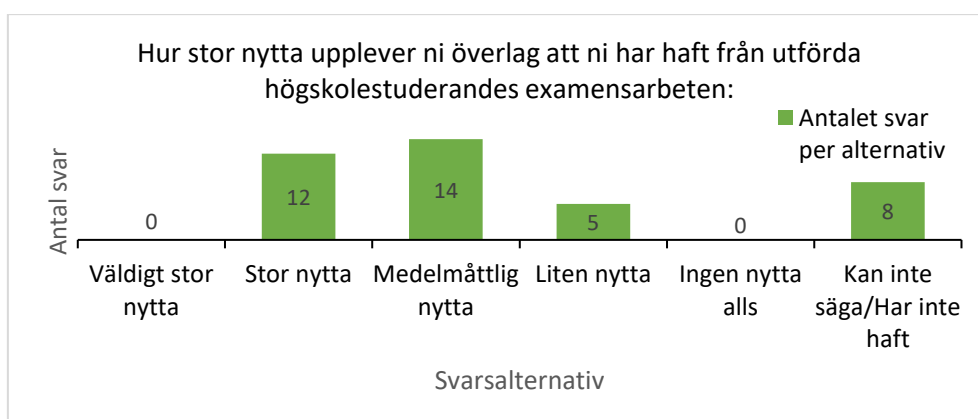
### Fråga 11



**Figur 3. Vad företag har svarat gällande om de har haft högskolestuderanden som sommararbetare i företaget.**

Man kan se att största delen har haft en eller en upp till tre studerande som sommararbetare. Här kan antagande göras att många tar sin praktik som sommararbete. Flertal svarande har också svarat nej.

### Fråga 12



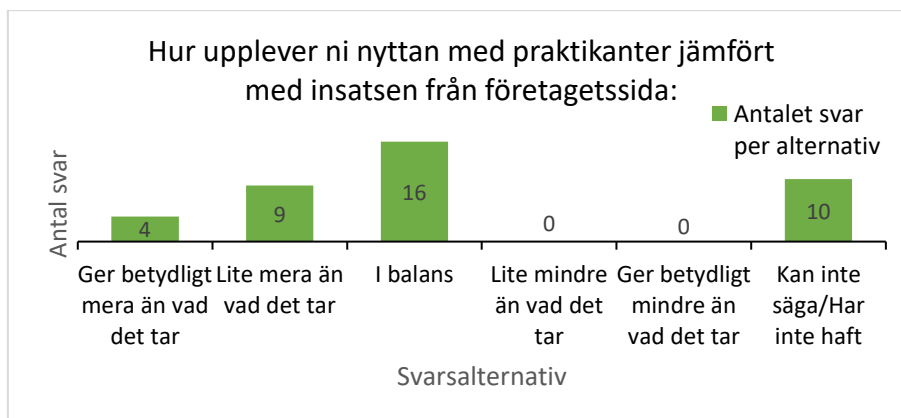
**Figur 4. Vad företag har svarat gällande nyttan som högskolestuderandes examensarbeten har gett till företaget.**

Utförda slutarbeten verkar vara, till största delen för de som har svarat, från medelmåttlig till stor nytta för företaget. Ingen har svarat att de har upplevt nyttan att vara ingen alls eller väldigt stor till företaget. Några svarande kan inte säga eller har inte haft examensarbeten gjorda i företaget eller haft låg nytta av gjorda examensarbeten.

### Fråga 13. Vad har fungerat bra och vad har fungerat sämre:

Majoriteten av de som har svarat tycker de har fått personer som har varit initiativtagande och intresserade och nyttan till företaget har varit bra. Flertal företag har skrivit att

kommunikationen från och inom skolan har varit bristfällig. Fåtal svarande har haft ointresserade studerande som arbetat/gjort uppgifter vid företaget. **Fråga 14**



**Figur 5.** Vad företag har svarat gällande upplevd nytta av högskolestuderande som gjort sin praktik i företaget.

De flesta av de som svarade tycker att företagets insats jämfört med nyttan företaget fått av studerandes praktik där är i balans. Flertal svarande tycker att nyttan har varit större än insatsen och några tycker praktikanterna har gett betydligt mera än insatsen. Många av svarande vet inte eller har inte haft praktikanter.

**Fråga 15.** Vilka saker påverkar ert svar? Ge gärna exempel:

Största delen av företagen som svarat säger det är upp till den individuella högskolestuderande hur mycket de påverkade och tog initiativ till uppgiften i företaget. Dock tyckte flertal av företagen att studerande från Novia har en bra baskunskap men saknar dock mer avancerad/tillämpad information vilket betydde att det gick mycket tid åt för företagen att "skola" studeranden för uppgiften de skall utföra inom företaget.

**Fråga 16.** Söker studeranden själva praktikplats/examensarbete hos er eller genom vilkakanaler når ni ut till studerande:

Studerande söker till största delen självmant till diverse företag. Många av de som har svarat säger att de också kontakt med högskolan där de ger ut lediga poster inom företaget. Några av företagen som har svarat har egna kanaler/öppen ansökan dit studerande kan vända sig.

**Fråga 17.** Har ni förbättringsförslag på hur processen med rekrytering av praktikanter/examensarbetare kunde göras smidigare:

Till största del så tycker svarande att mera kontakt mellan högskolan och företagen, till och med en konkret kontaktperson vid högskolan skulle vara till stor nytta. Många av de som

svarade gav förslaget att ha en gemensam webbapplikation där företag och studerande kan hitta varandra. Nyckelordet här är en gemensam applikation mellan tekniska skolorna. Några företag som svarade skulle gärna komma till skolan och presentera sig.

**Fråga 18.** *Inom projektet bakom denna enkät utvecklas en webbportal med målsättningen att underlätta förmedlingen av examensarbeten, praktikplatser och utvecklingsuppdrag mellan företag och högskolor. Företagen skall lätt kunna gå in och publicera utvecklingsuppdrag och liknande, och studerandens skall lätt kunna gå in och söka till dessa. Med hur stor sannolikhet skulle ert företag använda denna tjänst:*

Medeltal        7,4

Median         8,0

Man kan se att en portal skulle vara av intresse till största delen av de som svarade, men några är ganska emot idén och därför är medeltalet lägre än medianen av givna vitsorden.

**Fråga 19.** *Kommentarer till föregående fråga:*

Nästan alla svarande är öppna till principen av en webbportal för studerandes praktik/examensarbetsutbyte. Dock tycker flera som svarade att det finns redan många portaler inom Vasa högskolor. Detta betyder att företag måste lägga ner tid för att uppdatera varje enskild portal vilket de inte kommer att ha tid för. De vill att högskolorna skulle ha en gemensam övertäckande portal inom teknikbranschen.

Behov av studerande resurser

**Fråga 20** *Har ert företag uppslag just nu för praktik eller examensarbeten för högstskolestuderanden, vilka i så fall? Även uppdrag utanför er specifika bransch kan nämnas:*

Den här frågan ville man få reda på vilka typer/inom vilken bransch av examensarbeten och praktikuppdrag företagen har för tillfället. Här de svar som ger bättre info än bara ja och nej ställts upp som exempel. Varje enskilt svar separeras i enskilda stycken.

*Bl a inom ERP-systemet som införs."*

*Studeranden med teknik (kemi, mekanik, automation) eller ekonomi är alltid aktuella*

*Inte just nu vad jag kommer på, men kan ibland kräva en lite puff, för det är inte alltid man tänker på att en studerande kan ha något vi funderar på som ett examensarbete. Praktik brukar vara mer under vår/sommar.*

*Energi, solpaneler, dvs integrering i hallstommarna. Konceptutveckling. Kraven speciellt i Europa har snabbt skärpts till, alternativa tekniska lösningar blir en viktig produkten. Det räcker inte med att "bara" leverera en hall i framtiden,*

*om praktikanten är duktig och klarar vårt kandidattest, finns det plats och rum, såvida också lämpligt projekt hittas,*

*Vi har behov av kodare som kan utveckla appar och databasrelaterade gränssnitt, samt kretskort*

*Vi kunde säkert spåna fram examensarbeten inom famförallt tradenom eller ev. teknik.*

*Praktik inom konstruktionsområdet finns det underlag för*

*sähkö ja automaatio opiskelijoille koko ajan useita aiheita tarjolla.*

*Tällä hetkellä haussa lähinnä osa-aikaisia työntekijöitä opiskelijoiden keskuudesta.*

*Tosin harjoittelijoiden tuomaa mahdollisuutta ei juurikaan olla pohdittu."*

*Inte för tillfället inom mitt område (cirkulär ekonomi)*

*Tällä hetkellä ei haeta. Yksi opinnäytetyön tekijä on "sovittu", jos sopiva aihe löytyy.*

*Kolmivuorossa toimiva operointikeskuksemme tarvitsee kesä- ja talvilomien sijaisia ja näitä meillä on ollutkin. Mikäli vakituisia työpaikkoja aukeaa tehtävässä, suosimme luonnollisesti niitä jotka ovat tehneet meille jo aiemmin osa-aikaisesti töitä. Juuri tällä hetkellä meillä on riittävä määrä sijaisia.*

*Ei varsinaisesti, mutta tilanteen ollessa sopiva ja tekijän ollessa selvästi tulevaisuuden tekijä meille, on mahdollista.*

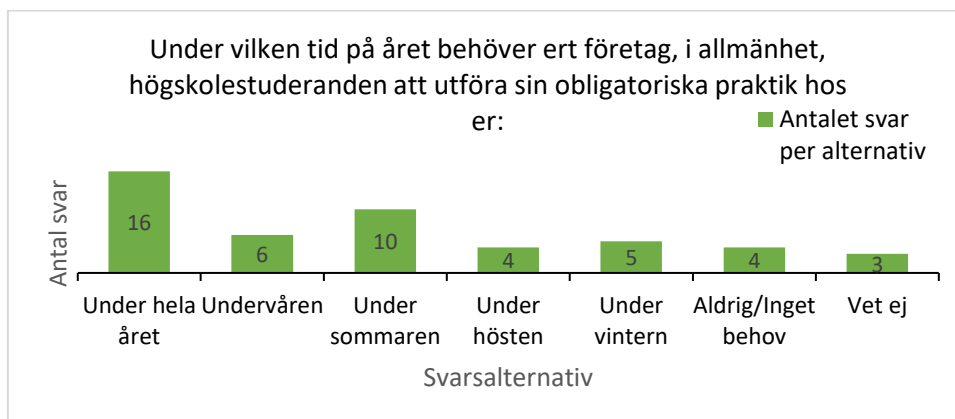
*Slutarbeten brukar vi skräddarsy enligt den studerandes bakgrund och kunskapsområde*

*Kyllä. Yksi opinnäytetyö on alkamassa ja sovitaan tarkemmin työn rajausta opiskelijan ja koulun kanssa. 2023 tehdään sitten seuraava(t)*

*sähköistys ja automaatio, koneen rakennus*



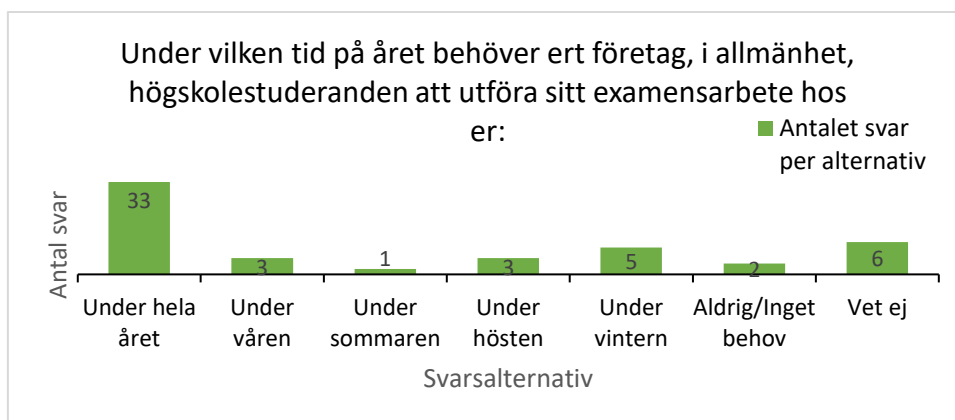
### Fråga 21



**Figur 6.** Vad företag har svarat gällande vilken tid under året de önskar att få högskolestuderanden att utföra sin praktik hos företaget.

På denna fråga kunde svarande välja flera alternativ. En tredjedel av företagen valde alternativet hela året. Under sommaren kommer på andra plats. Bara ett fåtal av de som svarade valde hösten, våren, aldrig och vet ej alternativen. Sommaren verkar vara tiden på året som företag mest söker praktikanter, annars är förfrågan jämn mellan resterande årstider.

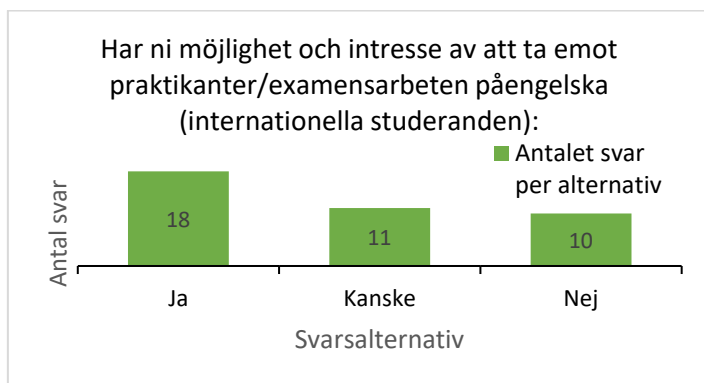
### Fråga 22



**Figur 7.** Vad Företag har svarat gällande vilken årstid de vill ha högskolestuderanden att göra sina examensarbeten hos företaget.

Då det gäller när högskolestuderande skall utföra examensarbete valde nästa alla företag som svarade på alternativet hela året. Resterande alternativ fick bara enstaka svar så på denna fråga kan en slutsats dras att behov på examensarbeten gjorda i företagen finns under hela året.

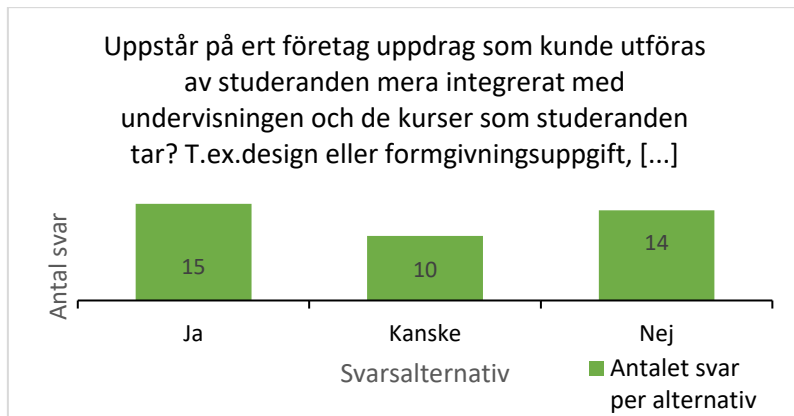
### Fråga 23



**Figur 8.** Vad företag har svarat gällande ifall de kan ta emot engelska talande högskolestuderande.

Nästan hälften av svarande företagen kan ta emot engelska talande högskolestuderande. Nästan 30 procent kan möjligen ta emot och resterande svarande kunde inte ta emot engelska talande högskolestuderande

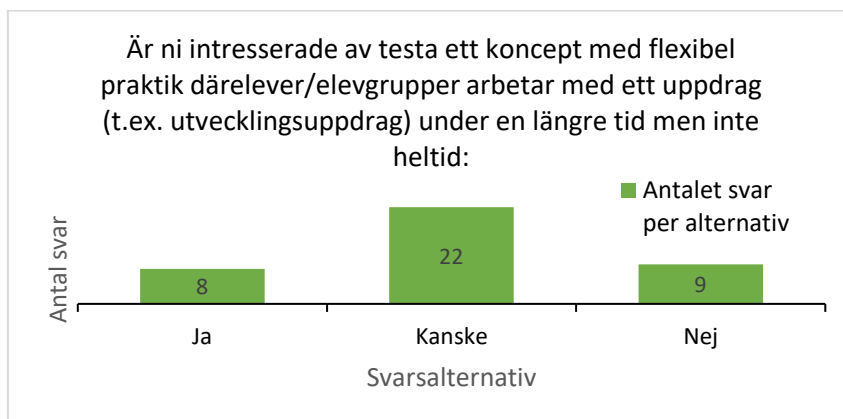
**Fråga 24** *Uppstår på ert företag uppdrag som kunde utföras av studeranden mera integrerat med undervisningen och de kurser som studeranden tar? T.ex. design eller formgivningssuppgift, utvärdering eller brainstorming av någon produkt eller tjänst, utveckling av nya koncept eller tillämpningar, hållbarhetsutvärdering etc.:*



**Figur 9.** Vad företag har svarat gällande möjligheter av uppgifter som kunde utföras mera integrerat med högskolestuderandes undervisning hos företaget.

Inom projektet Praktik 2.0 vid institutet teknik och sjöfart är ett av målen att kunna integrera studerandes praktik med undervisningen, därför är man intresserad av att se ifall företagen kan tänka sig tillämpa denna princip. Det visar sig att företagen är intresserade, med några som vet att de har passliga uppgifter, av idén då nästan två tredjedelar av alla som svarade på frågan tyckte ja eller möjligen.

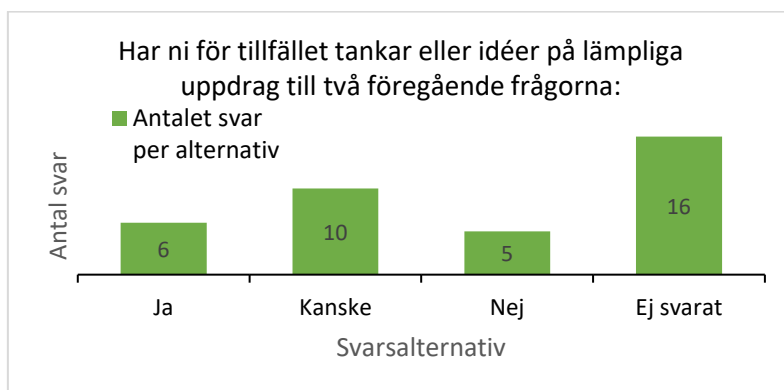
### Fråga 25



**Figur 10.** Vad företag har svarat gällande att kunna testa konceptet med flexibel praktik där högskolestuderande skulle arbeta på en uppgift under en längre tid men inte heltid.

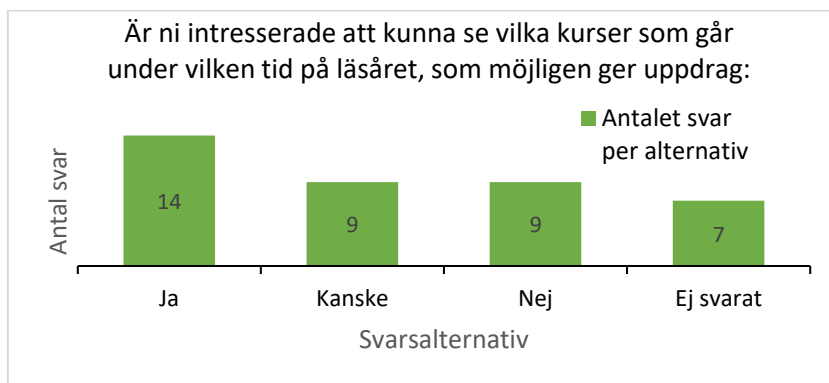
Om man skall kunna integrera praktiken med undervisningen betyder detta att studerandes praktikperiod skulle vara i samma takt som undervisningen, det vill säga under längre en period. På denna fråga är företagen mera osäker men öppna till konceptet med över hälften som har svarat på frågan har valt kanske som alternativ. Tjugo procent är mera optimistiska svarade ja och resterande av de som svarade ville/kunde inte tillämpa idén.

### Fråga 26



**Figur 11.** Vad företag har svarat gällande ifall företagen själva har idéer på lämpliga uppdrag till flexibel praktik.

Med tanke på integrerad och flexibel praktik skulle det underlätta för högskolan Nova ifall företagen har färdiga idéer på passliga uppgifter. Enligt de som har svarat på enkäten verkar det att vara svårt med tanke på att kontakt och kunskap som behövs inom företaget för att detta skall vara möjligt, men flertal företag är öppna för idén av flexibel praktik. Tyvärr hade också många av företagen som svarat på denna enkät valt att inte svara på denna fråga.

**Fråga 27**

**Figur 12.** Vad företag har svarat gällande deras intresse av att kunna se vilka kurser som högskolestuderande har under läsåret.

Till största delen av de som svarade på enkäten är intresserade av att se högskolestuderandes kurser som går under läsåret, där aktiv undervisning pågår.

**Fråga 28** Har ni andra kommentarer eller idéer på samarbete mellan företag och högskola (t.ex. fortbildning, kurser etc.):

Här uppställs de mest informativa svar av de företag som har svarat på frågan gällande allmänna kommentarer och idéer för att kunna öka samarbetet med högskolan och företagen. Kort sagt det här är vad företagen önskar.

*Mera studiebesök till företaget. Överlag mera kontakter mellan oss...*

*Byggande av personliga relationer - utan dessa är det inte enkelt att bygga något långsiktigt. Sociala medier, nyhetsbrev är "fine", men inte tillräckligt*

*Vi har mycket samarbete med studerandeföreningarna, VES, högskolorna själva, mm.*

*Jag skulle personligen kunna komma och föreläsa om nåt som relaterar till ämnet: hur presentera sig för finska arbetsgivare/vad ska man tänka på i en intervjusituation / Hur förbereder man sej etc.. Sitter dagligen med dessa typer av frågor och många har nog svårt att göra ett gott intryck av sig själva tyvärr.*

*livsmedls kunskap/ teknik*

*Useammin yhteistyö palavereita firman kanssa, mutta myöskin kokoontumisia useiden firmojen kanssa.*

*Vaasan alueen koulujen kanssa yhteistyön kehittämistä paras lähteä viemään eteenpäin paikallistoimistojen aktiivisuutta lisäämällä."*

mera personliga kontakter och en kontaktperson på skolorna som man enkelt får tag i och sen knyter ihop företaget och de studeranden

*Yrityksiin tutustuminen varmaan auttaa tässäkin.*

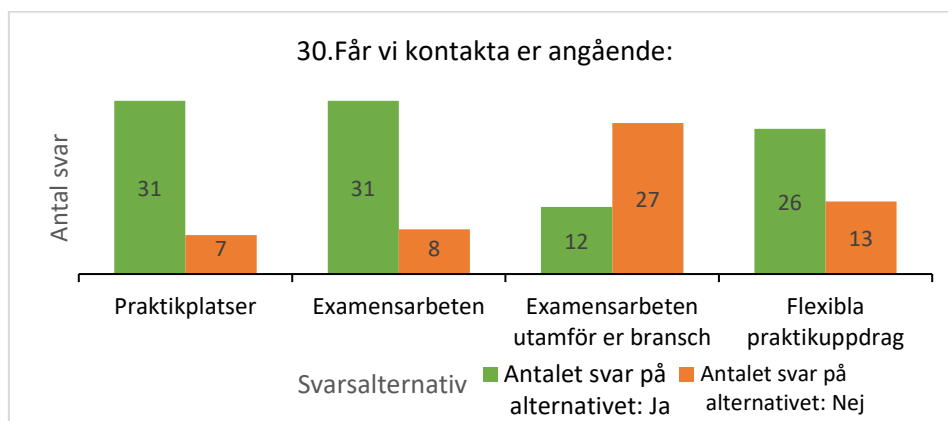
*Vaasassa ainakin urakointi LVIS alalla ei varmaan paljon koulutuksessa huomioituna. [...]*

*Opettajien aktiivisuus oppia tuntemaan muitakin yrityksiä ja yritysten tarpeita voisi olla parempi.*

*Svårt att säga hur man kunde lägga upp det men inom vår produktutveckling behövs material och kemikunskaper. Även tekniska textilier är ett stor område för oss där utbildningarna i Finland är väldigt begränsade.*

*Koska yritykset ovat pääsääntöisesti hyvin kiireisiä ja täynnä töitä niin toivoisin parempaa aktivoitumista korkeakoulujen suunnalta. Aiemmin yliopisto veti Energy Chain nimellä kulkenutta säännöllisiä kokouksia, jossa kerrottiin korkeakoulujen kuulumisia ja yrityselämän edustajia eri tekniikan aloilta. Tällä alueella on vahva energia klusteri, joten jotain vastaavaa olisi hyvä saada aikaan. Ei vain kiva kaffe-break vaan sellainen millä on oikeasti vaikutuksia korkeakoulujen opetuksen ja harjoitusten fokukseseen.*

### Fråga 30



**Figur 13. Vad företag har svarat ifall de vill bli kontaktade gällande praktikplatser, examensarbeten inom och/eller utanför deras bransch och flexibla praktikuppdrag.**

Man får ta kontakt med nästan alla företag som har fyllt i denna enkät då det gäller praktikplatser och examensarbeten inom deras bransch. Intresset är mycket lägre då det gäller examensarbeten utanför deras bransch. Då det gäller flexibla praktikuppdrag är två tredjedelar av de företag som svarade intresserade att bli kontaktade.

### 3.5 Förbättring och fel

Detta kapitel går man igenom misstag och fel som fanns i enkäten och på slutet av kapitlet ges förbättring förslag.

Den här enkäten blev byggd av en spontan idé om att kunna få information av företag då flertal företag skulle träffas på evenemanget MATCHing 2022. Arbetet på själva enkäten, som också översattes till en finsk version också, gjordes på någon dag före enkäten skulle ges ut. Detta ledde till att flertal slarvfel kom att lämna kvar i båda språkversionerna.

Några av frågorna var svåra att förstå enligt svaranden så omformulering behövs. På frågorna 21,23,25,27 och 30 är uppbyggnaden uppställt olika, då man jämför med finska och svenska versionerna av enkäten.

Vissa frågor är också möjligen onödiga och ökade tiden att fylla i enkäten. I medeltal tog det svarande 12 till 20 minuter att fylla i enkäten. Detta ledde troligen till att flertal frågor lämnades tomma på den senare delen av enkäten, vilket också hade de viktigaste frågorna som vi ville ha information på.

Grammatiken blev kontrollerad av kollegor och största felen korrigerades, dock kom flertal mindre fel igenom.

Svar lämnades också tomma av många deltagare, detta kan bero på enkätens längd och antalet frågor.

Rekommendationer

Till framtida versioner av en liknande enkät skall dessa rekommendationer tillämpas:

1. Göra bara en version av enkäten i stället för två skilda på olika språk, det finns en funktion på Microsoft Forms där man kan välja att enkäten är flerspråkig.
2. Längden på enkäten är möjligen för lång då flertal frågor lämnades tomma av de som svarade på enkäten. Ta bort mindre väsentliga frågor för att göra enkäten och/eller kombinera frågor för ta ner på antalet frågor som skall besvaras.
3. Ha enkäten grammatikkontrollerad noggrannare för att undvika svårförstådda frågor.

### **3.6 Sammanfattning**

Inom högskolans projekt Praktik 2.0 insåg man att information om företags erfarenheter och behov av studeranderesurser är inte kartlagt och därför gjordes en preliminär enkät på våren 2022. På denna enkät svarade dock bara knappa dussin företag.

Till evenemanget MATCHing, som anordnades 22.9.2022, insåg man att detta är ett ypperligt tillfälle att få många företag att samla information av, så enkäten som hänvisas i detta arbete blev utvecklad. Enkäten har flera frågor, är uppstādad och det finns en översatt version på finska. Enkäten som utvecklats är baserad på en enkät som framlades av projektledaren i Praktik 2.0 under våren 2022.

Efter att MATCHing evenemanget, sändes den nyligen utvecklade enkäten vidare till flera företag i inom Vasa nejden. Totalt kom det in 39 svar vilket är över den minimigräns som lades på 30 för att kunna anse att man får en trovärdig bild på situationen gällande företag och deras erfarenhet och behov av yrkeshögskolestuderande resurser inom tekniken.

## **4 Årsklocka**

En av uppgifterna i detta arbete var att utveckla en årsklocka, vars ändamål är att fungera som ett visuellt verktyg där information sammanfattas. Till exempel viktiga händelser, deadlines och evenemang som händer inom högskolan och studiegången på institutionen teknik och sjöfart. Detta kapitel tar upp vad en årsklocka är och till vad den skall användas för. Rekommendationer till vilken typ av årsklocka skall användas ges senare i kapitlet.

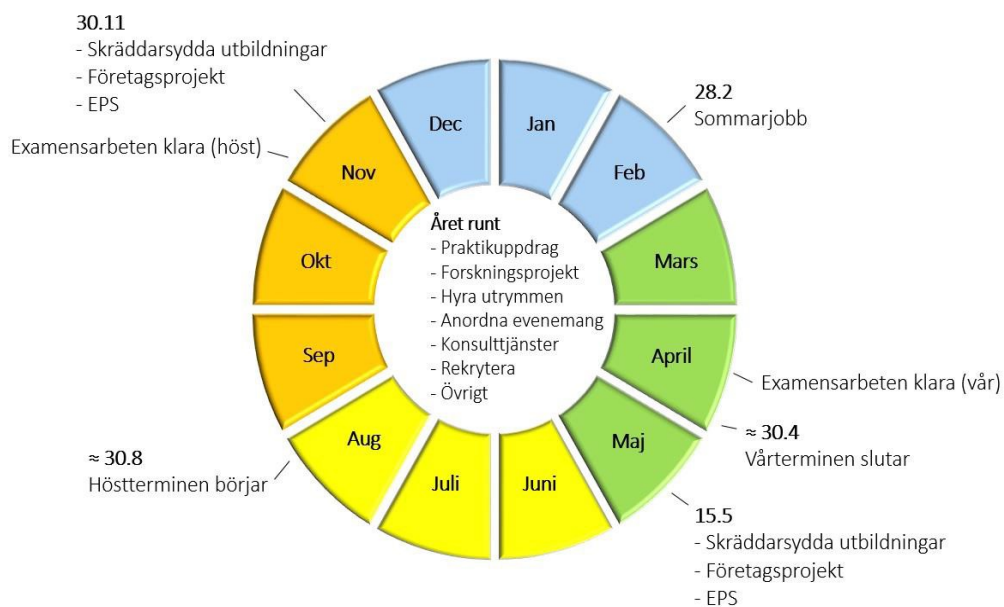
### **4.1 Årsklockans uppgift**

En årsklocka kan vara ett bra visuellt verktyg till att hantera och sammanfatta information då det gäller händelser under årets gång. En årsklocka kan skräddarsys helt och hållet till eget behov. I detta fall skall en årsklocka visa kommande händelser som deadlines, evenemang och lovdagar inom högskolan och Technobothnia. Årsklockan skall möjligen också visa vilka kurser som går, då dessa kurser möjligen kan stöda utbytet mellan högskolan och företag i till exempel form av arbets-/inlämningsuppgifter som studerande kan göra hos företag.

### **4.2 Olika versioner**

Beroende på till vilken situation en årsklocka skall användas till är det viktigt att välja rätt typ och utseende. För bygga upp egna enkla modeller som bara visar upp de väsentligaste

händelser, deadlines och evenemang går det bra att bygga en Mc Powerpoint årsklocka. Programmet är förstådd av många och det är lätt att lära sig funktioner samt detaljer inom själva programmet. Att bygga upp en årsklocka från början kräver tid men efter att en botten är utvecklad kan man relativt enkelt bara uppdatera modellen vart efter.



**Figur 14** Årsklocka utvecklad inom arbetet Novia för företag.

Med basis på design från bilden figur 14, som är framlagt i tidigare projekt och rapporter, byggdes detta exempel på en mera interaktiv typ av årsklocka som visas i figur 15. Idén här är att man kan skriva det väsentligaste informationen i huvudmenyn. Sedan på själva klockan kan man öppna varje enskild månad för att kunna ge mera detaljerad information för vare månad.





**Figur 15. Förslagen modell av årsklocka**

I figur 15, ser man den förslagna modellen av årsklockan. Klockan fungerar interaktivt och presenteras i Mc Powerpoint. Figur 15 visar huvudmenyn på klockan. Här ser ges bara den viktigaste informationen. visas här som exempel. Man kan klicka på den inre cirkeln och månaderna för att öppna en mera detaljerad vy.

### Detaljerad vy av februari

- 24.2 Examnsdatum
- 28.02 Sommarjobb
- Fortsätt med examensarbetet
- Arbetssäkerhet kurs för gröna kortet



**Figur 16. Detaljerad vy på månaden februari då man klickar på namnet i huvudmenyn.**

I figur 16 presenteras all information som gäller månaden februari. Den lilla ikonen på nedre vänstra kanten är en ikon av huvudmenyn som man kan klicka på för att komma tillbaka till huvudmenyn.

## Året runt

- Praktikupdrag
- Forskningsobjekt
- Hyra utrymmen
- Anordna evenemang
  - Konsulttjänster
  - Rekrytera
  - Övrigt



**Figur 17.** Denna vy öppnas då man klickar på den inre cirkeln i huvudmenyn.

I denna vy kan man skriva information som gäller året runt. Även i denna vy kommer man tillbaka till huvudmenyn då man klickar på ikonerna i nedre vänstra hörnet.

Då det gäller att försöka visa kurser som går blir det fort för mycket information, då det finns flera linjer och varje linje har upp till fyra årskurser, att helt enkelt visa utan att årsklockan blir för komplex och man tappar överblicken ifall man försöker bygga den på Mc Powerpoint utan att bygga en skild årsklocka för varje linje som finns inom institutionen.

För att en Mc Powerpoint årsklocka skall fungera måste den manuellt uppdateras önskvärt varje gång gällande information uppdateras för att undvika missinformation eller missförstånd, exempel på bilderna xx och yy nedanför.

För att kunna behålla en överblick kan det vara till fördel att Outsourca bottnen av en årsklocka och i synnerhet ifall målet är att senare att kunna samarbeta mellan de olika institutionerna som har sin verksamhet inom Technobothnia. Genom att använda samma program som hanterar årsklockan med samtliga partners underlättar hanteringen och alla kan förstå hur årsklockan fungerar och på samma gång se andra högskolors offentliga händelser utan att måste integrera in årsklockan i själva diverse institutioners interna kalender. Därför rekommenderas här applikationen Visma Plandisc som grund för att bygga upp en årsklocka inom institutionen Teknik & Sjöfart. Nästa kapitel går in i detalj på hur man använder Plandisc.

<https://www.aalto.fi/en/aalto-handbook/annual-clock>

<https://www.aalto.fi/en/news/tip-of-the-week-the-annual-clock-helps-us-do-things-in-a-systematic-way>

*Novia för företag*

*sosiaalisen median markkinoinnin vuosikello*

*markkinoinnin käsikirja*

## 4.3 Plandisc

Visma Plandisc är en dynamiskt interaktiv kalender där man kan tillägga, redigera och flytta händelser i en månatlig, per kvartal eller årlig överblick. Man kan anpassa designen på en Plandisc enligt företagets eller i detta fall högskolans använda kalender, färger, fonter och bakgrund till egna stil och preferenser. Plandisc kan också delas med flera användare som anställda, teams och andra intressenter. Man kan också samarbeta med flera användare inom företaget där man tillsammans kan komma åt och bidra till kalendern. Visma Plandisc kan integreras med andra verktyg och plattformar som Microsoft Outlook, Google Calendar, för att förenkla processen med att importera och synkronisera händelser mellan olika system. På Plandisc kan man ställa in att få aviseringar och påminnelser för att säkerhetsställa att anställda får varningar om kommande evenemang, deadlines och ändringar i schemat. Visma Plandisc är också mobilvänligt så användare når kalendern via smarttelefoner och surfplattor.

Med tanke på att det i framtiden finns möjlighet med samarbete mellan Yrkeshögskolan Novia, VAMK, Vaasan Yliopisto och Technobothnia kan en skild men lätt delbar plattform gynna samarbetet, för att undvika att tillämpa en kalender som är helt bunden till högskolornas egna kalendersystem.

### 4.3.1 Användning av Plandisc

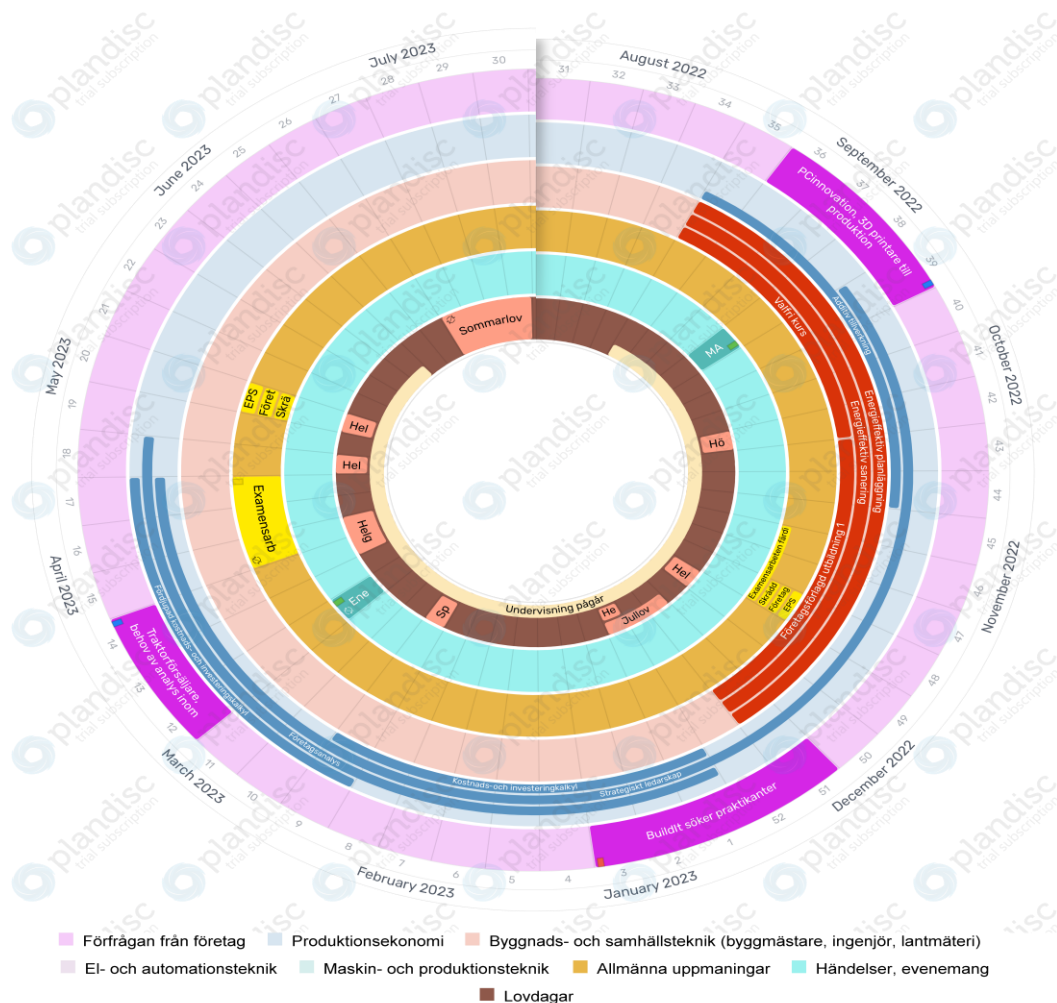
Visma Plandisc kan byggas till att vara ett komplex verktyg som fortfarande ger en överblick på vad som händer till exempel inom högskolan Novia. Funktionen baserar sig på att man skapar ringar eller lager där varje ring ger information inom en viss kategori. Inom varje ring kan man skapa aktiviteter i kronologisk ordning. Genom att ställa dessa ringar på varandra skapas en cirkel där aktiviteter visas inom vald tidsram.



[Open the plandisc in a browser](https://create.plandisc.com/4J75JP8)

### Figur 18. Ett exempel på en plandisc.

I figur 18 syns ett exempel på en enkel plandisc. På yttersta marginalen visas månader, i detta fall tidsperioden januari 2023 till september 2024. Tidsperioden kan roteras till eget önskemål. Disc:en innehåller fyra ringar där innersta lila ringen visar högtider, helgdagar. I nästa ring, som är röd, visar information om olika deadlines för till exempel inlämningsperiod av examensarbeten, sista ansökningsdatum och dylikt. Den näst yttersta gula ringen visar när kurser inom en linje till exempel produktionsekonomi, går. På den yttersta ringen, som är grön, ställs uppgifter och förfrågan från företag upp.



**Figur 19. Ett exempel en Plandisc**

I figur 19 visas ett exempel på en möjlig utseende en plandisc kan ha för en anställd inom högskolan Novia. Här kan personen i fråga se i med en överblickande vy på information som finns inom den valda tidsramen. Figur 19 visar till exempel informations gällande helgdagar, evenemang, examensdatum, senaste ansökningsdatum. Personen kan också i denna plandisc se vilka kurser som möjligen kan stöda samverkan mellan högskolan och företag. Kurserna på figur 19 är exempel tagna från linjerna produktionsekonomi och byggnads- och samhällsteknik samt öppna uppgifter eller förfrågan från företag till högskolan. Bilaga 2 visar en detaljerad bild av plandisc i figur 19.

#### 4.4 Sammanfattning

En årsklocka är ett verktyg som används då man behöver få en överblick på händelser och information. En årsklocka kan vara väldigt enkel eller mycket komplex beroende på behovet och vilken uppgift den har. I kapitlet tas båda alternativen upp och högskolan kan till exempel

tillämpa den enklare Mc Powerpoint årsklockan att presenteras för studerande och den mera komplexa outsourcade versionen kan användas av anställda.

<https://plandisc.com/fi/>

<https://plandisc.com/fi/vuosikello-luo-kattavan-kokonaiskuvan/korkea-asteen-koulutus/>

## 5 Marknadsplan

Detta kapitel kommer en marknadsplan för webbsidan praktikportalen att utvecklas. På slutet av kapitlet kommer också allmänna marknadsstrategiska rekommendationer göras som högskolan Novia kan tillämpa för att utöka samverkan med studeranderesurser och företag.

### 5.1 SOSTAC marknadsplan till webbsidan praktikportalen.

Kapitlet är avsedd för SOSTAC marknadsplan och lanseringen av en webbsida som kallas praktikportalen. Som botten för marknadsplanen kommer SOSTAC marknadsplansmodell att användas med egna skraddarsydda inslag från andra källor. Webbsidan utvecklas för att underlätta sökande och presenterande av lediga praktikplatser och examensarbetes rubriker mellan högskolestuderande och företag.

#### 5.1.1 SOSTAC

SOSTAC marknadsplans modell är utvecklad av PR Smith för lanseringen av digitala applikationer och webbsidor, alltingen modellen användas som en del av eller som hela marknadsplan man gör upp för en webbsida och dess lansering.

Själva ordet SOSTAC är en förkortning på de steg som finns i modellstrukturen. Dessa är: situation, objective, strategy, tactics, analysis och control. I nästa underkapitel gås varje steg enskilt igenom.

*(digimarkkinointi.fi)*

#### 5.1.2 Situation analysis

Första steget skall svara på frågan: var är vi nu? I detta fall finns det två synvinklar att observera, första synvinkeln är en situations analys inom institutionen teknik och sjöfart och

den andra synvinkeln är en undersökning på jobbmaknaden för studeranderesurser, baserat på företagens svar i den uppbyggda enkäten i kapitel 3.

Högskolan Novia är medveten om möjliga framtida problem för studerande att veta var de kan söka efter praktik och examensarbets uppgifter, eftersom antagnings platser för samtliga utbildningsprogram inom tekniken är högre än tidigare. Detta medför att efterfrågan på uppdrag till företag ökar men utbudet har inte nödvändigtvis ökat. Därför utvecklas webbsidan praktikportalen enligt rekommendation gjord på intern behovsanalys och rapporter gjorda inom projektifierad undervisning.

*(Projektplan, projektifierad undervisning, Novia till företag)*

Då man frågar företag i nejden anser de att en webbsida för praktikutbyte skulle gynna dem, ifall denna webbsida är i samarbete med flera högskolor.

I kapitel 2 konstateras det att yrkeshögskolan Novia erbjuder företagstjänster och ifall man skall utveckla en mera flexiblare modell för praktikutbytet under hela året behövs det en användarvänlig plattform där företagen kan enkelt dela med sig diverse arbetsuppgifter och sedan få intresserade studeranden söka till dessa uppgifter där företaget kan välja den mest passande individen.

*(enkät)*

Det finns också ökande konkurrens mellan högskolor då antalet nybörjarplatser höjdes nationellt. Priset per avlagd examen ökar inte proportionellt vilket medför att för att kunna få samma finansiering som förr behöver man flera studerande som avlägger examen.

Under ställs några enkla punkter med mål som gäller webbportalen.

Tjäna - lansera webbsida som gynnar studeranderesursers praktik och examensarbets samverkan.

Prata - ökad kommunikation mellan högskolan och företag genom webbsidan.

Spara - med en gemensam plattform dit studerande och företag kan vända sig för att hitta varandra i stället för att lägga tid på att enskilt söka efter kontakter.

Stå ut- med en användarvänlig plattform som delas gemensamt med flera högskolor.

*(Möte med kommunikations chef Novia, enkät, behovsanalys, novia.fi, projektifierad undervisning, bokslut, andreas westerlund, bokslut)*

### 5.1.3 Objectives

Nästa steg skall svara på frågan: vart är vi påväg?

Objectives är målen man vill uppnå i detta fall med webbportalen. Webbportalen har två målgrupper av kunder, högskolestuderanden och företag.

Webbsidan som kallas för praktikportalen utvecklas för att bemöta den ökande efterfrågan på uppgifter, från till exempel kurser, praktik och examensarbeten, ut till företag. Man kan öka utbudet på uppgiftsgivare genom att göra flera företag synliga till studerande och högskolan via webbportalen. Detta gynnar i synnerhet små och medelstora företag där man inte har budget att lägga på marknadsföring för att vara synliga.

Till webbportalens uppgift är också att företag skall bli uppdaterade om senaste utvecklingar inom högskolan och möjligen också den allmänna utvecklingen inom tekniken och affärsmarknaden.

I högskolan Novias bokslut 2021 hade man lagt som mål inom kategorin: *"De naturvetenskapliga områdena, informationsbehandling och datakommunikation, det tekniska området samt lant- och skogsbruk"*, att mellan åren 2021-2024 skall man ha 260 utexaminerade studeranden i per kalender år. Med 170 examina som blev avlagda 2021, ligger man 90 eller 35% under lagd målsättning. Här måste man ta i beaktande pandemin som hindrade närstudier och var psykiskt påfrestande för studerande. Enligt årsberättelsen 2022 har institutionen teknik och sjöfart Vasa 1265 studerande närvaroaanmälda och 133 examina, här fanns inga mål upplagda.

Ifall man antar att grafen i figur 1 och 2 gäller samtliga företag som kommer att lägga ut uppgifter i webbportalen, så är ett realistiskt mål 130 examensarbete tillfällen och 225 praktikplatser för studeranden och 170 företag som erbjuder dessa uppgifter under webbportalens första år. Dessa uppskattningar gäller ifall man inte beaktar de begränsade resurserna som investeras i projektet Praktik 2.0 och webbportalen som utvecklas inom projektet. Här måste också antalet företag beaktas att det faktiskt finns så många företag i nejden som är inom rätt bransch och är villiga till samarbete med högskolan och att samtliga studeranden som använder webbportalen skall få arbete inom väsentliga uppgifter inom tekniken.

När man beaktar vilka resurser som kan investeras till webbportalen och byggande/upprätthållning av relationer till företag skulle ett realistiskt exempel bestå av en kontaktperson, vars huvudsakliga uppgift är förhållanden till företag men som kan också hålla i gång hemsidan. Till denna persons hjälp kan en till upp till tre medarbetare lägga 1-3h per vecka/medarbetare med att uppdatera hemsidan och information, samt två studerande inom



IT som upprätthåller hemsidans praktiska funktionalitet. Nu är ett nytt realistiskt mål på att upprätthålla kontakt med max 50 företag. Ifall man baserar graferna i figur 1,2 kan man räkna ut att runt 70–75 praktikplatser kan erbjudas via webbsidan. Med samma princip kan man räkna ut att webbsidan kan erbjuda 55–60 examensarbete. Se bilaga 3 för uträkningar.

Uppskattningar gjorda ovan är baserade på företagens svar i enkäten och ifall man antar detta gäller för samtliga företag som kan tänkas börja använda webbportalen. Uträkningar gjorda för att få en uppskattning på hur många studeranden som söker uppgifter baserades på given information av Technobothnias koordinator som säger att högskolan Novia har 800 teknikstuderande i att vistas Technobothnia under ett år.

Från staten betalas finansiering till högskolan, då det gäller studerande som avlägger sin examen inom beräknad studietid, betalas en summa på 15 000€ per avlagd examen. Ifall en studerande avlägger examen två månader över den beräknade studietiden betalas 13 000€ i finansiering. Studerande som avlägger examen över tre månader eller mer i efterhand betalas en summa på 10 000€ i finansiering per avlagd examen. Till beräknad studietidperiod, då det gäller dagsstudier, hör antalet närvarande anmälda terminer, som är två per kalenderår, räknat ihop totalt till 2,5 till 4 år eller 5 till 8 terminer beroende på utbildningslinje. Därför är det viktigt ur, finansiell synvinkel, att lägga som mål att studerande får sin examen avlagt inom planerad studietid. Därför är det viktigt att studerande hittar så fort som möjligt praktikplatser och examensarbeten möjligheter och stöder starkt behovet av att utveckla och få i gång en webbsida som hjälper till med kontakten mellan studeranden och företag.

*(Bokföring, diskussion med instansassistent, Technobothnia, diskussion med technobothnia koordinator, årsberättelse)*

#### **5.1.4 Strategy**

Detta steg skall svara på frågan: hur kommer vi dit?

Hur skall man göra portalen synlig för både högskolestuderande och företag, vilka kan anses vara två olika målgrupper av kunder. För att förenkla strategin delas kunderna för webbportalen i två målgrupper. Grupp ett som är högskolestuderande och grupp två som är företag.

Reklam är den främsta typen av marknadsföring med variation på vilken målgrupp man vill nå. Man måste välja en typ av reklam och var som den skall publiceras som högst troligen nås av den målgrupp som man vill nå.

Hur man marknadsför till studeranden?

Yngre generationer nås enklast via digitala applikationer. Om man ser på tabellen nedanför som representerar användningen av sociala media för nyheter, delning av material och diskussioner uppdelat i åldersgrupper. De populäraste applikationerna och webbsidor för 18–34 år är Facebook, Whatsapp, Youtube, Instagram, Twitter, Reddit och Snapchat. Stor del använder också andra medel men dessa är inte definierade. Med sociala medier kan man marknadsföra på två sätt, ifall applikationen tillåter. Första metoden är att göra upp ett konto och en officiell profil inom applikationen där man själv skall aktivt delta med uppdateringar och kommunikering ut till samhället.

Andra alternativet är reklam som kommer att visas inom applikationen/webbplatsen. I stället för att man själv lägger aktiv tid på applikationen kan man betala till applikationen för att få lägga upp reklam som visas till användare. Sannolikheten är större att användarna inte fäster desto större uppmärksamhet till reklam eftersom de blir bombarderade med diverse reklam hela tiden.

<b>Platform</b>	<b>18-24 years</b>	<b>25-34 years</b>	<b>35-44 years</b>	<b>45-54 years</b>	<b>55-64 years</b>	<b>65 years and older</b>
Facebook	39	37	32	33	26	28
WhatsApp	13	17	19	11	10	13
YouTube	22	12	11	12	10	12
Instagram	22	12	8	4	5	5
Twitter	12	6	9	7	4	5
Facebook Messenger	1	6	8	4	3	4
LinkedIn	2	4	4	3	3	2
Suomi24	2	1	2	4	4	2
Reddit	10	5	4	1	0	0
Snapchat	16	4	1	1		
Vauva.fi	3	4	1	1	1	1
Ylilauta	1	5	3	1	1	0
TikTok	7	3	2		1	0
Discord	3	4	1		0	
Telegram	1	2	2		1	0
Signal		1	1		0	0
Pinterest	2	0	0	0	0	2
Twitch	2	1	1	0	0	0
I do not know	4	3	4	1	4	6
Non of these	21	32	44	45	52	51

Procent av 2,064 som svarade använde sociala media för nyheter, delning och diskussioner under tidsperioden jan-feb 2022.

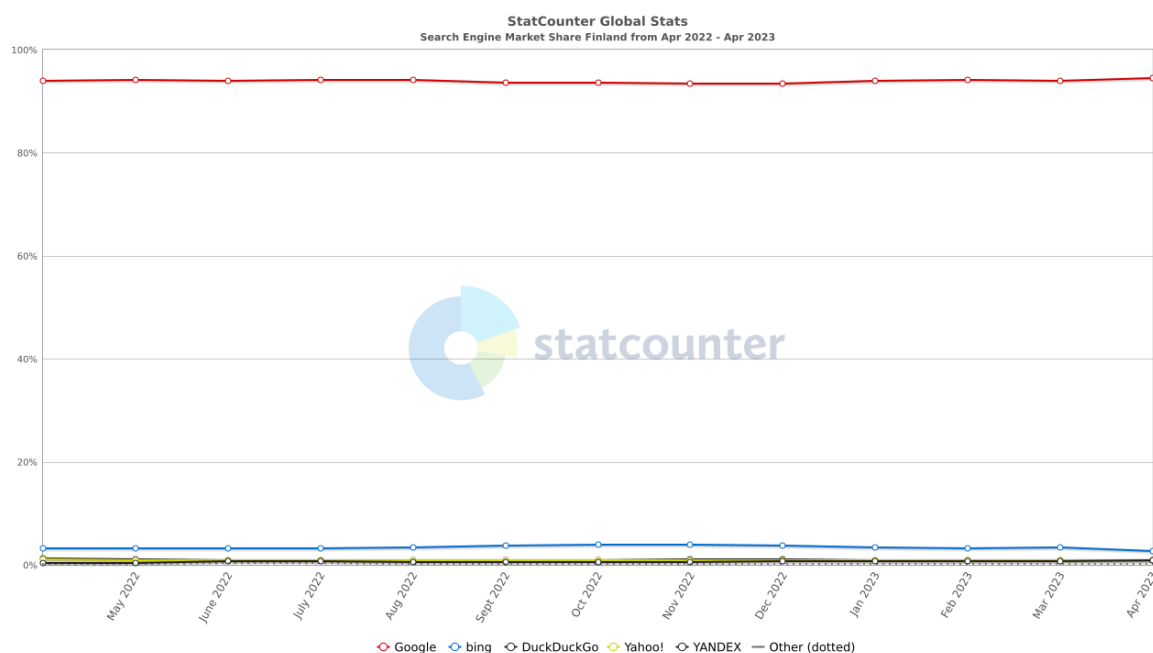
*(Anders Lundstedt 2020, statista)*

Till kundgrupp 2, som är företagen, vilket är en bredare kundgrupp med olika behov och därför måste en mera generell marknadsföring göras. Man kan se på tabellen ovan att också äldre åldersgrupper använder FB medan de andra applikationerna är väldigt avtagande i popularitet, med några undantag, ju äldre åldersgruppen är. Ett av undantagen är LinkedIn som används av bara några procent av användare men eftersom plattformen är riktad till arbetslivet kan en profil eller sida vara till stor nytta då man vill nå företag. Då man ser på tabellen ovan, så är ingen av plattformarna en allt växande andel ju äldre åldersgruppen är. Här kan antagandet göras att bästa sättet är att nå dessa människor är genom direkt kontakt och tidskrifter. E-mejl till företagen är enklaste direkta kontakten man kan göra. Här är en bra start att sända först till företag som redan har svarat på enkäten då de möjligen kan anknäta enkäten till portalen eftersom webbsidan nämns i enkäten vilket ökar sannolikheten att de börjar använda portalen.

Båda kundgrupper läser tidskrifter och därför kan man marknadsföra via lokala tidsskrifter både med reklam samt artiklar.

Allmänna tips: SEO Search Engine Optimisation och SEM Search Engine Marketing

Search Engine Optimization (SEO) tillämpas då man vill öka chansen att bli synlig på en webbsida, med andra ord sidan kommer fram på de första sökresultaten då en användare gör en sökning på google. Då man ser på statistiken, visad på bilden under, på vilken sökmotor som används i allmänhet ser man att google ligger på 95 procent av användare. Därför avgränsas SEO råd till sökmotorn google.



Figur 20. Statistik från Finland 2022 till 2023, på använda sökmotorer i procent.

(statcounter)

För att kunna optimera en webbsida behöver man veta hur Google sökning fungerar. Enligt Google Search sker i tre stadier.

1 Crawling Är då en algoritm, eller så kallat googlebot, söker igenom och laddar ner ny text, bilder, videor osv. från sidor som finns på internet.

2. Indexing: Då googlebotten har hittat ny information lägger den in informationen i ett index i förvaring för att senare visa på sökresultaten

3. Serverar sökresultat: Då en användare gör ett Googlesök visas den mest relevanta informationen till användarens förfrågan.

Dessa huvudsakliga tips ger Google då man önskar att anpassa en webbsida att vara mera SEO vänlig och höja på rangordningen på sökresultatet.

- Skapa hjälpsam, pålitlig och människoriktad innehåll
- Använd ord som människor skulle använda då de söker efter ditt innehåll. Placera dessa ord strategiskt som titel och rubriker samt andra beskrivande platser som alt text till bilder. Alt text är en alternativ text som används i HTML-kod för att beskriva en bilds utseende och funktion i webbsidan.
- Gör länkarna man tänker använda "crawable" för att hjälpa Google att hitta webbsidan
- Att vara aktiv inom samhället, berätta åt likasinnade folk att hänvisa till sidan
- Ifall du har andra typer av innehåll som bilder, videor, strukturerade data och JavaScript se till att följa Googles praxis för att hjälpa sökmotorn förstå innehållet.
- *"Förbättra hur din webbplats visas på Google Sök genom att aktivera funktioner som passar din webbplats"*
- Innehåll som man önskar att inte skall hämtas av sökmotorn skall man avgränsa med till exempel noindex meta tag.

Search Engine Marketing är då man betalar en aktivitet för att synliggöra webbsidan på google eller yahoo. Det finns två sätt att marknadsföra med reklam i sökmotorer. CPC cost per click för varje klick som görs till webbsidan eller CPM cost per mille där man betalar per tusen visningar.

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide>,

Anders Lundstedt 2020

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/how-search-works>

<https://developers.google.com/search/docs/essentials>

### 5.1.5 Tactics

Hur kommer vi exakt dit?

Marknadsföring inom högskolan Novia. Upplägg i intranätet med instruktionsvideor eller anvisningar. SEO anpassa webbsidan att vara sökmotor vänlig för crawling. Använda väsentliga nyckelord som både är längre mera specificerade ord och kortare ord som är mera allmänna:

- lediga praktikplatser inom teknik.
- examensarbete möjligheter inom teknik
- lokala (Vasa) teknik studerandearbeten
- teknikpraktik, teknikerbeten

Man kan också marknadsföra till Tekniska studeranden i institutionen Teknik och Sjöfart i Vasa med e-mejl. Man kan ta hjälp att föra ut ordet om webbportalen av olika grupper som studerandekåren Novium och studerandeföreningen Filicia. Undervisande personal kan rekommendera portalen vid undervisningen. Man kan också skriva en artikel i Yh Novias interna veckotidning.

Uppläggning av planscher vid Technobothnia och W33 och restaurangerna Juvenes Mathilda, Restaurang W33, Leison Café, Cotton Club, August och Café Techno. Utdelning av flyers eller visitkort.

skriva om webbportalen i den interna veckotidningen.

Reklam och/eller artiklar vid dagstidningar som Vasabladet, Pohjalainen, syd-österbotten.

Göra upp en profil i populära applikationer som Facebook, Instagram, Twitter och LinkedIn, där man uppdaterar innehåll och kommunicerar till samhället om webbportalen. Man kan använda studerande som moderatörer att upprätthålla dessa applikationer.

Delta i studerande och företags expon där man presenterar webbportalen och skapar kontakter direkt med användarna. Bra exempel på evenemang är MATCHing, energyday vid Mathilda, rekrypäivät, pohjanmaan teollisuustapahtuma.

Man sänder e-mejl direkt till diverse företag. Man söker efter företag inom tekniken i stället för att blint sända till alla företag som hittas. En bra startpunkt är företa som har svarat på enkäten. E-mejlet skall vara professionellt uppbyggt och formell med men undviker att göra den torr och lika som alla andra reklam e-mejl som sänds. E-mejlet skall sändas med ett följebrev som är officiellt antecknad av en högre positionerad anställd inom högskolan för att ge brevet mera trovärdighet.

<https://www.pohjalainenyrittaja.fi/>

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide>

<https://www.pohjanmaanteollisuus.fi/>

### 5.1.6 Action

Detaljer på taktiken. Vad skall man göra för att uppnå lagda mål

Första och största målet är att få i gång webbsidan åtminstone som betaversion tills evenemanget MATCHing.

Diskutera med studerandekåren Novium och studerandeföreningen Filicia och anställda inom högskolan för att föra ordet om webbportalen vidare.

Utveckla kort och planscher som kan delas ut och studerande får ta. Kortet/planscherna skall innehålla en QR-kod som hänvisar till URL-adressen till webbportalen. Efter färdigt designat kort kan man fråga lov att dela ut flyers eller "visitkort" hos diverse restauranger.

När man sänder ett e-mejl skall den vara uppbyggt formell och samtidigt subjektiv. En bra startpunkt är företag som har svarat på enkäten. E-mejlet skall vara professionellt uppbyggt och formell med undviker att göra den torr och lika som alla andra reklam e-mejl som sänds. E-mejlet skall sändas med ett följebrev som är officiellt antecknad av en högre positionerad anställd inom högskolan för att ge brevet mera trovärdighet.

Betalda reklam vid applikationer rekommenderas det att man söker efter professionell hjälp. I detta fall är kundgrupperna så pass liten och specifika att lönsamheten troligen är inte tillräcklig för att göra betald reklam. I stället gör man en sida som är riktad till webbportalen där man berättar om uppdateringar och visar vardagen för webbportalen. Detta kräver dock fortsatt arbete av personal för att hålla profilen i liv och intressant. Exempel på bra innehåll är poster om olika praktik och examensarbetsuppgifter, bilder och grafer som berättar hur webbsidan lyckas med att ge uppgifter, artiklar med studeranden som förbereder att söka eller har hittat uppgifter via webbportalen, intressanta industrinyheter och allmänna tips om hur man förbereder sig till en arbetsintervju inom tekniken.

### 5.1.7 Control

Hur mäter vi prestandan?

För att kunna följa med lanseringen och mäta portalen succé behövs indikatorer att kunna mäta och jämföra med. Till exempel Google erbjuder verktyg för att kunna analysera och

förbättra möjligheterna att webbsidan visas på sökresultaten, detta verktyg heter Google Analytics och är riktad till att kunna mäta trafiken vid en webbsida. Google Analytics är ett gratis verktyg som kräver ett knutet konto. Google Analytics fungerar genom att spåra koder, samla och procesera data och rapporterar resultaten.

Man kan också ha användare att testköra hemsidan först och ge feedback efteråt. Då kan man också se ifall hemsidan är SEO vänlig när den söks på en sökmotor.

Använda Google Forms som verktyg för att få in svar av användare. Google Forms används redan inom högskolan Novia och är därmed bra verktyg att samla in feedback från både studeranden och företag. Det finns flertal råd och tips på vilka frågor som skall ställas några riktlinjer man kan följa är:

- Håll frågorna korta
- Använd enkelt språk
- Använd öppna frågor
- Undvik ledande frågor
- Använd olika typer av frågor
- Håll frågorna relevanta

här är några exempel:

- Var hörde du om webbportalen?
- Hur ofta använder du portalen?
- Är webbportalen användarvänlig? Ge gärna exempel på det som är bra och det som kan förbättras.
- Var de publicerade praktik/EA uppgifterna inom din bransch?
- Sökte du till någon/några praktik/examensarbets möjligheter?
- Fick du svar av företagen du sökte till?
- På skalan 1–5 hur enkelt var det att hitta en praktik- eller EA plats?
- Skulle du rekommendera praktikportalen till någon som söker praktik/EA möjligheter.

Ett bra tips är att testa enkäten till några personer för att undvika onödiga fel.

<https://developers.google.com/search/docs/monitor-debug/search-console-start>

<https://www.google.com/forms/about/>

[https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=en&ref\\_topic=12189164&sjid=11451679724642286046-EU](https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=en&ref_topic=12189164&sjid=11451679724642286046-EU)

<https://www.anparresearchltd.com/post/top-5-website-survey-questions-about-usability>



## 5.2 Andra förslag

Här ges förslag som inte berör webbportalen direkt men som skulle gynna högskolan Novia då det gäller att utöka samverkan med högskolans studeranderesurser och företag.

Kontaktperson/koordinator till företagen

Ett så kallat ansikte utåt som företag kan direkt ta kontakt till. Detta är viktigt för att upprätthålla samarbete mellan högskolan och företagen. En kontaktperson skall i detta fall

- Bygga och upprätthålla relationer mellan företag och högskolan genom att kommunicera med företagen, för att få en uppfattning om deras rekryteringsbehov.
- Samarbeta med webbsidans team för att upprätthålla hemsidan med relevant och uppdaterad information.
- Marknadsföra webbplatsen genom olika kanaler. Till exempel sociala medier, vid evenemang och föra presentationer.
- Övervaka och spåra framgången för webbsidan. Ger rekommendationer och förbättringar baserat på feedback från studerande och företag.

Till denna uppgift rekommenderas en person som är:

- Kommunikationsfärdigheter
- Organiserad
- Målmedvetande
- Kan arbeta under press
- Kan använda teknik och mjukvara för att hantera, organisera och presentera information inom högskolan och ut till kunder.

<https://resources.workable.com/customer-service-representative-job-description>

<https://www.zippia.com/internship-coordinator-jobs/what-does-an-internship-coordinator-do/>

## 6 Sammanfattning

Uppgiften för detta arbete är att med hjälp av en situationsanalys, från arbetsmarknaden, kartlägga högskolestuderandes praktikutbyte. För att underlätta informationshanteringen inom institutionen teknik och sjöfart gällande studeranderesurser utvecklades en preliminär årsklocka. Inom projektet Praktik 2.0 utvecklas en webbsida som skall underlätta utbytet mellan högskolestuderande och

företag. En marknadsplan för lansering och upprätthållande av webbsidan byggdes med hjälp av situationsanalysen gjord med enkäten.

## 7 Diskussion

Det finns flertal avgränsningar till detta arbete. Största avgränsningen är tid. För att kunna göra en ordentligt detaljerad marknadsplan behövs mycket tid. Tiden till förfogande var kort och därför måste marknadsplanen göras i en mera generell form än steg för steg detaljerad plan.

Inom projektet Praktik 2.0 utvecklas en praktikportal av frivilliga studerande och när detta arbete skrevs så gjordes framsteg i en så pass bristfällig takt för att kunna lansera, starta upp portalen och evaluera dess funktion.

Då årsklockan byggdes var undertecknad utan förman i fyra veckor vilket påverkade arbetet på årsklockan tack vare bristfällig handledning.

## 8 Källor

### Projekt

[Höjning av yrkeshögskoleutbildningens profil genom att utveckla studerandes praktik.](#)

<https://www.novia.fi/fui/vara-projekt/novia-hub-sydosterbotten-hogskolebaserat-stod-till-aktorer-i-sydosterbotten-for-att-skapa-sy>

### Novia

<https://www.novia.fi/foretagstjanster>

<https://www.novia.fi/om-oss/organisation>

<https://www.novia.fi/utbildning/oppna-yh-och-fortbildning/>

### Interna dokument och rapporter i Novia

Praktik 2.0 projektplan

Behovsanalys 2021

Årsberättelse 2022

Bokslut 2021

Projektifierad undervisning, kottonen rapport

### **Technobothnia**

<https://www.technobothnia.fi/>

<https://www.technobothnia.fi/technical-collaboration/about-technobothnia/>

<https://www.technobothnia.fi/corporate-services/>

<https://www.technobothnia.fi/corporate-services/corporate-services/>

### **Matching evenemang.**

<https://www.technobothnia.fi/corporate-services/matching/>

### **Enkäten**

<https://www.google.com/forms/about/>

### **sostac**

Så gör du steg för steg en marknadsplan och kommunikationsplan, Anders Lundstedt 2020

<https://www.markkinointimaestro.fi/sosiaalisen-median-tilastot>

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide>

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/how-search-works>

<https://developers.google.com/search/docs/essentials>

<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/digitaalisen-markkinoinnin-strategia>

### **årsklocka**

<https://plandisc.com/fi/>

<https://plandisc.com/fi/vuosikello-luo-kattavan-kokonaiskuvan/korkea-asteen-koulutus/>

<https://www.aalto.fi/en/aalto-handbook/annual-clock>

<https://www.aalto.fi/en/news/tip-of-the-week-the-annual-clock-helps-us-do-things-in-a-systematic-way>

**Slutarbeten**

Timoska Miika, Sosiaalisen median markkinoinnin vuosikello

Minna Niva, Markkinoinnin käsikirja

Westerlund Andreas, Planering av digital marknadsföring och kommunikation för företaget Signwell

Simon Finell, Novia för företag

**URL adresser**

<https://www.pohjalainenyrittaja.fi/>

<https://www.porssitieto.fi/poistuneet/vaasanpuuv.shtml>

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide>,

<https://www.pohjanmaanteollisuus.fi/>

<https://developers.google.com/search/docs/monitor-debug/search-console-start>

<https://www.google.com/forms/about/>

[https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=en&ref\\_topic=12189164&sjid=11451679724642286046-EU](https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=en&ref_topic=12189164&sjid=11451679724642286046-EU)

<https://www.anparresearchltd.com/post/top-5-website-survey-questions-about-usability>

<https://resources.workable.com/customer-service-representative-job-description>

<https://www.zippia.com/internship-coordinator-jobs/what-does-an-internship-coordinator-do/>

**BILDER**

<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/finland>

<https://www.statista.com/statistics/553817/social-media-daily-usage-by-education-level/>

<https://www.pohjanmaanteollisuus.fi/>

[https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=en&ref\\_topic=12189164&sjid=11451679724642286046-EU](https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=en&ref_topic=12189164&sjid=11451679724642286046-EU)

## 9 Bilgor

Detta arbete skall innehålla tre bilagor.

### 9.1 Bilaga 1 enkät

# Studeranderesurser och behov för företag

Inom projektet Praktik 2.0 utför vi på Yrkeshögskolan Novia en enkätstudie kring samarbete mellan yrkeshögskolor och företag inom tekniken med temat praktikuppdrag och examensarbete.

Med hjälp av svaren från enkäten har vi som mål att utveckla och förstärka samarbetet och interaktionen med företagen i regionen.

Studerandens praktik samt examensarbete är en god möjlighet för både studeranden att stifta bekantskap med branschen och få erfarenhet samt för företagen att få kontakt med blivande kunnig arbetskraft, få nya perspektiv och tillgång till uppdaterad kunskap.

Enkäten tar ca 10 minuter att fylla i. Svaren i enkäten behandlas konfidentiellt.

## Bakgrunds information

Företagets namn: \*

1.

Ort: \*

2.

Bransch: \*

3.

Antal anställda:

4.

Omsättning:

5.

Kontaktperson:

6.

Telefon:

7.

E-post:

8.

## Erfarenheter av studeranderesurser

Nej

Ja, mera sällan än en per år

Ja, 1-3 per år

Ja, mera än 4 per år

Vet ej

Har ni haft högskolestuderanden som gjort praktik för sina studier i ert företag:

9.

Nej

Ja, mera sällan än en per år

Ja, 1-3 per år

Ja, mera än 4 per år

Vet ej

Har ni haft högskolestuderanden som gjort sitt examensarbete i ert företag:

10.

Nej

Ja, mera sällan än en per år

Ja, 1-3 per år

Ja, mera än 4 per år

vet ej

Har ni haft högskolestuderanden som sommarjobbare:

11.

Kan inte säga / Har inte haft

Ingen nytta alls

Liten nytta

Medelmåttlig nytta

Stor nytta

Väldigt stor nytta

Hur stor nytta upplever ni överlag att ni har haft från utförda högskolestuderandes examensarbeten:

12.

Vad har fungerat bra och vad har fungerat sämre:

13.

Kan inte säga / Har inte haft

Ger betydligt mindre än vad det tar

Lite mindre än vad det tar

I balans

Lite mera än vad det tar

Ger betydligt mera än vad det tar

Hur upplever ni nyttan med praktikanter jämfört med insatsen från företagets sida:

14.

Vilka saker påverkar ert svar? Ge gärna exempel:

15.

Söker studeranden själva praktikplats/examensarbete hos er eller genom vilka kanaler når ni ut till studerande:

16.

Har ni förbättringsförslag på hur processen med rekrytering av praktikanter/examensarbetare kunde göras smidigare:

17.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Inte alls sannolikt

Mycket sannolikt

Inom projektet bakom denna enkät utvecklas en webbportal med

målsättningen att underlätta förmedlingen av examensarbeten, praktikplatser och utvecklingsuppdrag mellan företag och högskolor. Företagen skall lätt kunna gå in och publicera utvecklingsuppdrag och liknande, och studeranden skall lätt kunna gå in och söka till dessa. Med hur stor sannolik skulle ert företag använda denna tjänst:

18.

Kommentarer till föregående fråga:

19.

### Behov av studreanderesurser

Har ert företag uppslag just nu för praktik eller examensarbeten för högskolestuderanden, vilka i så fall? Även uppdrag utanför er specifika bransch kan nämnas:

20.

Aldrig / Inget behov

Under hela året

Under våren

Under sommaren

Under hösten

Under vintern

Vet ej

Ni kan välja flera alternativ!

Under vilken tid på året behöver ert företag, i allmänhet, högskolestuderanden att utföra sin obligatoriska praktik hos er:

21.

Aldrig

Under hela året

Under våren

Under sommaren

Under hösten

Under vintern

vet ej

Ni kan välja flera alternativ

Under vilken tid på året behöver ert företag, i allmänhet, högskolestuderanden att utföra sitt examensarbete hos er:

22.

Har ni möjlighet och intresse av att ta emot praktikanter/examensarbeten på engelska (internationella studeranden):

23.

Ja

Nej

Kanske

Uppstår på ert företag uppdrag som kunde utföras av studeranden mera integrerat med undervisningen och de kurser som studeranden tar? T.ex. design eller formgivningssuppgift, utvärdering eller brainstorming av någon produkt eller tjänst, utveckling av nya koncept eller tillämpningar, hållbarhetsutvärdering etc. :

24.

Ja

Nej

Kanske

Är ni intresserade av testa ett koncept med flexibel praktik där elever/elevgrupper arbetar med ett uppdrag (t.ex. utvecklingsuppdrag) under en längre tid men inte heltid:

25.

Har ni för tillfället tankar eller idéer på lämpliga uppdrag till två föregående frågorna:

26.

Ja

Nej

Kanske

Är ni intresserade att kunna se vilka kurser som går under vilken tid på läsåret, som möjligen ger uppdrag:

27.

Har ni andra kommentarer eller idéer på samarbete mellan företag och högskola(t.ex. fortbildning, kurser etc.):

28.

Ja

Nej, jag deltar endast i enkäten, men vill inte att mina kontaktuppgifter sparas

Jag godkänner att mina personuppgifter behandlas enligt denna personuppgiftspolicy samt att uppgifterna sparas för att upprätthålla kontakt i samarbets syfte:

<https://www.novia.fi/kontakta/dataskyddsförordninggdpr/>

personuppgiftspolicy

(

<https://www.novia.fi/kontakta>

/dataskyddsförordning-gdpr/personuppgiftspolicy) \*

29.

This content is neither created nor endorsed by Microsoft. The data you submit will be sent to the formowner.

Microsoft Forms

Får vi kontakta er angående:

30.

Ja

Nej

Praktikplatser

Examensarbeten

Examensarbeten utanför erbransch

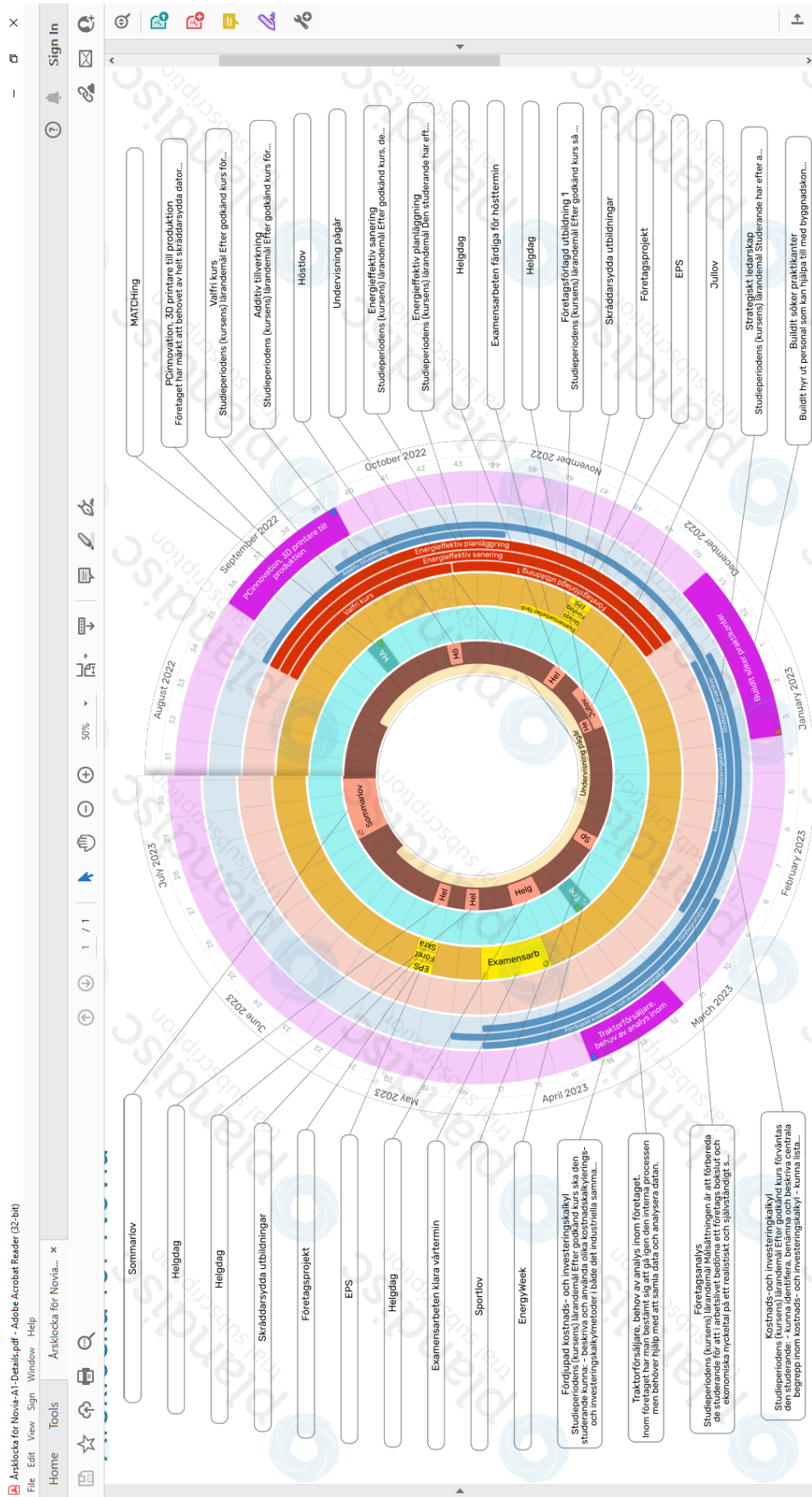
Flexiblapraktikuppdrag

Hur föredrar ni att bli kontaktad:

31.

## 9.2 Bilaga 2 Plandisc





### 9.3 Bilaga 3. uträkningar för marknadsplan.

Praktikplatser inom Technobothnia

800 högskolestuderande i Technobothnia

3 perioder praktik en per årskurs och 1 period examensarbete på totalt 3,5 år.

$800/3,5 \approx 230$  som söker examensarbete

1 årets studerande med studentbakgrund gå första praktikperioden i högskolan, nu antas att detta gäller för alla och hälften har studentbakgrund

$\approx 230/2 \approx 115$  som går praktik i skolan

$800 - (230 + 115) = 455$

Med ett mål på 50% av max antal användare som besöker webbsidan.

$455/2 = 227,5 \approx 225$  antal praktikplatser som söks.

Examensarbets platser som erbjuds av 50 företag.

$7/39 \approx 0,1794$  \* 50  $\approx 9$

$16/39 \approx 0,4102$  \* 50  $\approx 20$

$14/39 \approx 0,3589$  \* 50  $\approx 18$

$2/39 \approx 0,0512$  \* 50  $\approx 3$

$9*0 + 20*0,5 + 18*2 + 5*3 = 61$  max examensarbeten möjligt

Praktikplatser erbjuden av 50 företag

$10/39 \approx 0,2564$  \* 50  $\approx 13$

$14/39 \approx 0,3589$  \* 50  $\approx 17$

$9/39 \approx 0,2307$  \* 50  $\approx 12$

$6/39 \approx 0,1530$  \* 50  $\approx 8$

$0,5*13 + 17*2 + 12*3 + 0 = 76,5$  avrundar neråt till 70-75.