

## **Novia för företag**

Utveckling av hemsidan för Novias företagstjänster

Simon Finell

Examensarbete för tradenom (YH)-examen

Företagsekonomi

Vasa 2021

## EXAMENSARBETE

Författare: Simon Finell

Utbildning och ort: Företagsekonomi, Vasa

Inriktning: Internationell handel

Handledare: Mikael Ehls

Titel: Novia för företag - Utveckling av hemsidan för Novias företagstjänster

---

Datum: 21.8.2021

Sidantal: 70

---

### Abstrakt

I detta examensarbete har jag dokumenterat ett projekt där jag har jobbat med att förnya hemsidan för Novias företagstjänster, det vill säga den första kontakten när externa företag ser över utbudet av tillgängliga tjänster och tar kontakt för att inleda samarbete med Novia. Syftet med arbetet var att göra en användarvänlig och snygg hemsida för företagstjänsten, och resultatet är ett förslag (en så kallad *mockup*) på hur den nya hemsidan kan fungera och se ut.

Vid inledandet av arbetet utförde jag prestandamätningar på både finländska och internationella högskolor och universitet för att få goda exempel på vad som funkar och ser bra ut för att senare kunna samla den informationen, och baserat på de intryck jag fick göra en så utförlig mockup som möjligt. Under arbetets gång jobbade jag till stor del självständigt och sedan presenterade mitt arbete på möten som hållits med jämna mellanrum för att diskutera projektet och komma överens om följande åtgärder och skeden under arbetets gång.

---

Språk: svenska

Nyckelord: företagstjänst, samarbete, prestandamätning, visuell design, användarvänlighet

## OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Simon Finell

Koulutus ja paikkakunta: Liiketalous, Vaasa

Suuntautumisvaihtoehto: Kansainvälinen kauppa

Ohjaaja: Mikael Ehre

Nimike: Novia yrityksille - Novian yrityspalvelun kotisivujen kehittäminen

---

Päivämäärä: 21.8.2021

Sivumäärä: 70

---

### Tiivistelmä

Tässä opinnäytetyössä olen dokumentoinut projektin, jossa olen ollut mukana uudistamassa Novian yrityspalvelun nettisivua. Toisin sanoen sitä ensikontaktia, johon ulkoiset yritykset törmäävät käydessään läpi saatavilla olevien palveluiden tarjontaa ja ollessaan oikeissa aloittaa yhteistyön Novian kanssa. Opinnäytetyön tarkoituksena on ollut tuottaa helppokäyttöinen ja siisti nettisivu yrityspalvelulle, ja tulos on ehdotus (niin kutsuttu *mockup*) siitä, miten uusi nettisivu voisi toimia ja miltä se voisi näyttää.

Työn alussa olen tehnyt suoritusarvojen mittauksia, joissa mallina ovat olleet sekä suomalaisia että kansainvälisiä korkeakouluja ja yliopistoja. Niistä on saatu esimerkkejä siitä, mikä toimii ja näyttää hyvältä. Sitten olen kerännyt tarvitsemani tiedon siitä, miten mockup tuotettaisiin mahdollisimman perusteellisesti. Työn aikana olen suureksi osaksi työskennellyt itsenäisesti ja sitten esitellyt suorituksiani kokouksissa, jotka pidettiin säännöllisin väliajoin. Kokouksissa sain keskustella projektistani, ja niissä sovittiin seuraavista toimenpiteistä ja vaiheista työn aikana.

---

Kieli: ruotsi

Avainsanat: yrityspalvelu, yhteistyö, vertaus, visuaalinen muotoilu, käyttäjäystävällisyys

## **BACHELOR'S THESIS**

Author: Simon Finell

Degree Programme: Bachelor of Business Administration

Specialisation: International Business

Supervisor: Mikael Ehre

Title: Novia for Companies - Development of the Website for Novia's Business Services

---

Date: 21.8.2021

Number of pages: 70

---

### **Abstract**

In this thesis, I have documented a project in which I have worked with renewing the website for Novia's business services, which is the first point of contact when external companies are looking at the various services offered and getting in touch to start collaborating with Novia. The purpose of the thesis has been to make a user friendly and good-looking website for the business services, and the result is a proposal (a so-called *mockup*) for how the new website can work and look.

At the start of the project I have done benchmarking on both Finnish and international colleges and universities to get good examples on what works and looks good to later gather that information and based on those impressions I got, make the most detailed mockup possible. During this process I have for the most part worked independently and later presented my efforts in meetings that have been held at regular intervals to discuss the project and agree on the following measures and stages during the work process.

---

Language: Swedish

Key words: Business services, partnership, benchmarking, visual design, user friendliness

## Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte .....	1
1.2	Problemformulering .....	3
1.3	Avgränsning.....	4
1.4	Disposition .....	4
2	Yrkeshögskolan Novia .....	6
3	Teori .....	7
3.1	Värde .....	9
3.2	Prestandamätning.....	11
3.3	Visuell design .....	13
3.4	Uppbyggnaden av en bra nätbutik.....	15
4	Metoder .....	18
5	Jämförelser och innehåll.....	22
5.1	Kontaktformulär .....	26
5.2	Nyheter.....	27
5.3	Uthyrning av utrymmen .....	28
5.4	Konsulttjänster.....	29
5.5	Strategiska allianser .....	30
5.6	Investeringar .....	31
5.7	Samarbetspartners .....	32
5.8	Arbetsmarknadsdagar.....	34
5.9	Anordning av evenemang .....	34
5.10	Forsknings­samarbete .....	35
5.11	Jobs­sökningportal .....	36
6	Modeller .....	40
6.1	Mockup av årsklockan .....	40
6.2	Mockup av kontaktformuläret .....	46
6.3	Mockup av hemsidan .....	49
7	Resultat .....	55
8	Diskussion .....	68
8.1	Utmaningar .....	69
8.2	Lärdomar .....	70
9	Källförteckning.....	71

# 1 Inledning

Yrkeshögskolan Novia har länge varit nära kopplat med arbetslivet och de industrier som är närmast förknippade med Novias utbud av utbildningslinjer; till exempel företagsekonomi, konst och kultur, eller hälsovård. Genom detta samarbete tar företag inom nejden gärna emot studerande från yrkeshögskolorna och ger möjligheter till lämpliga uppdrag, utvecklingsprojekt, förslag till ämnen på examensarbeten, anställning eller praktik.

Men det är fortfarande inte självklart för alla företag att dessa möjligheter finns, vem man ska kontakta, för vem de finns, eller hur man ska använda sig av dem. Företagstjänsten på Novias hemsida är inte helt utvecklad och det finns ingen självklar väg framåt. Hela utbudet av tjänster och möjligheter är inte klart definierat, det finns inga goda praktiska exempel, priserna framkommer inte, när man tidigast kan eller senast bör ta kontakt angående de olika tjänsterna, och det kan vara svårt att till exempel hitta rätt kontaktpersoner eller information om vilka tjänster som erbjuds åt företagskunder. Den rätta informationen kan vara dold bakom en mer eller mindre komplicerad tråd av diverse länkar, eller någonstans där man inte kanske genast hittar fram med ett fåtal uppenbara sökningar.

## 1.1 Syfte

Syftet med detta arbete var att underlätta för utomstående företag att hitta rätt och kunna ta kontakt med Novia på ett smidigt vis när det behövs. Företagstjänsten behövde alltså vara mer användarvänlig och intuitiv att använda. Orsaker till att ett företag kunde tänka sig vilja nå Novia eller deras studerande är bland annat:

- Det finns behov inom ett företag att utbilda sin personal inom ett visst område eller specialiserat ämne som Yrkeshögskolan Novia kan erbjuda.
- En representant för ett företag eller arbetsplats har möjlighet och behov att ta in studerande till bland annat praktik eller anställning, som till exempel möjliga rubriker till examensarbeten som de studerande kunde tänkas utföra hos dem som uppdrag.

- Det finns ett allmänt behov av arbetskraft inom branschen eller bland enskilda företag. Det är många som redan jobbar vid sidan av studierna, men det är även troligtvis många studerande som antingen söker fast arbete eller som kan tänka sig byta från ett deltidsjobb till något annat mera relevant enligt utbildningsprogram.
  - I nuläget har det varit främst via till exempel framsidan på Novias interna nätverk eller via intern e-post som lediga arbetsplatser erbjudits. Inom den förnyade företagstjänsten kan det tänkas finnas en särskild portal där flera platser finns samlade på ett och samma ställe som gör det smidigare för både studerande och arbetsplatserna att mötas och knyta kontakter.
- Företaget har ett projekt som de behöver eller vill ha hjälp med, och som är av en sådan typ som lämpar sig för att tas emot eller utföras av studerande. Dessa projekt ger både konkreta och verkliga erfarenheter av och möjligheter att knyta värdefulla kontakter till arbetslivet både under och efter studierna.
- Ge gästföreläsningar åt studerande inom lämpliga kurser. Detta kan ge synlighet och tjäna som marknadsföring för företagen samtidigt som det finns möjligheter att direkt rekrytera ny arbetskraft genom dessa gästföreläsningar.
- Forsknings- och utvecklingsprojekt.
- Övrigt samarbete; till exempel sponsring, innovationer, eller utveckling av diverse studieprogram.

## 1.2 Problemformulering

Det finns ingen klar väg framåt eller enhetligt sätt för utomstående företag att ta kontakt med Yrkehögskolan Novia för till exempel potentiella samarbeten och projekt för de studerande, eller när det behövs specialiserad utbildning för den egna personalen. Detta försvårar integreringen med det riktiga arbetslivet och kan leda till missade möjligheter för både studerande och företag. Av dessa orsaker finns det skäl att förnya och utveckla Novias företagstjänst, genom vilken en utomstående part kan enkelt få reda på information om bland annat vilka tjänster som finns till förfogande, priser om sådana upp bärs, samt tidsgränser för olika slags projekt eller samarbeten.

Det som ska presteras, de så kallade *deliverables* på engelska, med detta arbete är en modell av en förbättrad företagstjänst som ska göra samarbete med Yrkehögskolan Novia mera åtkomligt för företag. Denna modell ska göra det så enkelt som möjligt för utomstående företag av alla storlekar att kunna se utbudet av tillgängliga tjänster och former av samarbete, men även utförliga instruktioner hur man går till väga och tar kontakt samt all nödvändig information i anslutning till detta.

En ytterligare faktor som företagen kan vara osäkra på är hurdana slutarbeten som Novias studerande är kapabla till att prestera, eller om ett visst problem är för litet eller för stort för att lämpa sig till ett slutarbete, eller hur man som företag ska bära sig åt eller gå till väga för att för det första ta kontakt med en behörig person på Novia och för det andra hur man ska inleda samarbetet rent praktiskt. Vilka uppgifter och information bör man ha redo vid den första kontakten? När är sista datum för att ta kontakt? Förväntas företagen betala något för tjänsten? Kan man samarbeta med kortare engångsprojekt, eller förväntas man bli långtidspartners? Små företag eller privata näringsidkare kanske anser sin verksamhet vara på för liten skala jämfört med många större företag för att kunna ha något värdefullt eller nyttigt att bidra med. Dessa är några av de frågor och bekymmer som den nya hemsidan för företagstjänsterna bör besvara redan före den första kontakten.



### 1.3 Avgränsning

Arbetet kommer till en början att främst fokusera på de tekniska utbildningarna och bör fungera som en utgångspunkt för fortsatt utveckling av hemsidan för företagstjänsterna inom de andra studieinriktningarna och områdena. Den kontinuerliga utvecklingen efter detta arbete bör isåfall fokusera mera på innehållet än till exempel utformningen, om det inte finns goda skäl för att förnya eller förbättra utseendet redan vid den tidpunkten, eftersom ett av målen med detta arbete är att skapa en företagstjänst vars utseende inte lätt föråldras och som inte genast behöver uppdateras.

### 1.4 Disposition

I detta avsnitt kommer jag att ge en kortfattad inblick i vad som kommer att diskuteras i de kommande kapitlen. Rubrikerna är i samma ordningsföljd som de kommer i examensarbetet.

#### 1. Inledning

- Inledningen ger en överblick och presentation av vilket problem som detta examensarbete strävar efter att lösa, samt klargör syftet och bakgrunden bakom problemet.

#### 2. Yrkeshögskolan Novia

- En kortfattad presentation av Yrkeshögskolan Novia och hur situationen med företagstjänsten och samarbetet med näringslivet såg ut i början av arbetet.

#### 3. Teori

- Teoretisk bakgrund inför arbetet samt vilken litteratur som har blivit använd som stöd under arbetets gång, eller för att veta var det är bäst att börja och vad som bör fästas särskild uppmärksamhet vid under prestandamätningen och utformningen av egna mockups.

#### 4. Metoder

- En utredning över vilka beslut eller steg som tagits under arbetets gång, vem som har varit med och gjort vilka beslut, motivering bakom vissa åtgärder, eller vilka arbetsmetoder har valts samt motivering till dessa.

#### 5. Jämförelser och innehåll

- En lista över de yrkeshögskolor och universitet som har blivit använda i prestandamätningen, samt de viktigaste tjänsterna som upprepade gånger har funnits tillhanda från flera av de yrkeshögskolor och universitet som har jämförts med varandra, och kan bland annat tjäna till inspiration för utveckling eller utökning av Novias egna utbud av tjänster.

#### 6. Modeller

- De första versionerna och mockups av hur hemsidan för Novias nya företagstjänst och tillhörande kontaktformulär kan eller bör se ut, efter att ha jämfört och tagit modell av de bästa exemplen från övriga högskolors och universitets hemsidor.

#### 7. Resultat

- Det resultat som har presterats av examensarbetet, samt mitt slutgiltiga förslag på hur den nya företagstjänsten kan se ut.

#### 8. Diskussion

- Reflektioner av arbetets lopp, sammanfattning av det som har varit som mest utmanande, lärdomar och förslag till fortsatt utveckling med detta examensarbete som utgångspunkt.

#### 9. Källförteckning

- Specifikation över vilka källor som har blivit använda. Bland annat författare eller upphovsman, webbsideadress och hemsida, datum när källan har blivit använd, och källans publiceringsdatum.

## 2 Yrkeshögskolan Novia

Yrkeshögskolan Novia erbjuder utbildningar inom olika områden; bland annat företagsekonomi, teknik, konst & kultur, och hälsovård. Dessa olika studieinriktningar kan vara väl lämpade för nära samarbete med arbetslivet och de respektive branscherna, där båda parter gynnas. De studerande får praktisk arbetserfarenhet och professionella kontakter redan innan de utexamineras, och företagen får möjlighet att ta vara på en ungdomlig och väl motiverad arbetskraft som på lång sikt har hela sin karriär framför sig med alla de möjligheter det innebär. Novia är störst i sitt slag bland de svenskspråkiga utbildningarna i Finland med cirka 4 000 studerande och 300 anställda fördelade över fem campus och institutioner. Dessa fem campus finns i Vasa, Jakobstad, Åbo, och Raseborg. (Yrkeshögskolan Novia, u.d.)

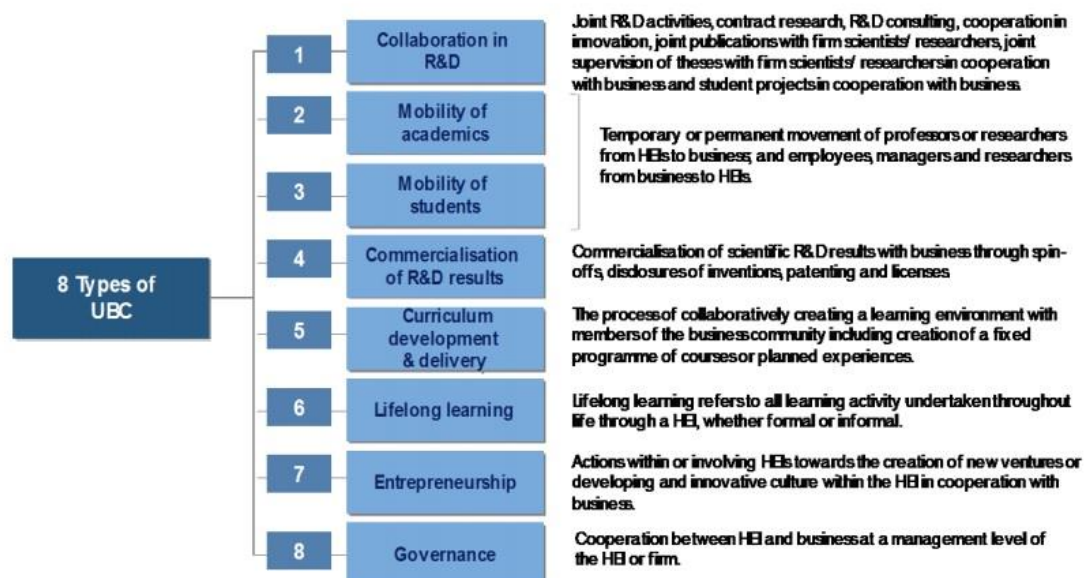
Redan i nuläget förekommer det samarbete mellan Novia och företag av olika slag, storlekar, och inom olika branscher. Studerande kan göra examensarbeten på beställning av företag för att lösa problem som är specifika till antingen det enskilda företaget i fråga eller branschen i allmänhet, studerande gör praktik hos företag och på sätt skapar värdefulla kontakter som kan leda till heltidsarbete efter studierna, och företag kan även integreras inom de kurser som erbjuds enligt den vanliga läroplanen. Företag kan också fortbilda den egna personalen hos Novia för att på så sätt förstärka den egna kompetensen inom företaget.

Något som kan förbättras är kanalen genom vilken som den första kontakten mellan Novia och företaget sker. Det saknas bland annat klar och tydlig information om exakt alla vilka tjänster som erbjuds, tidsgränser eller när man senast bör ta kontakt, vilka kontaktpersoner som sköter olika tjänster, eller vilka fördelar som finns av att göra sig besväret.

### 3 Teori

Tidigare utredningar över samarbetet mellan skolor och företag har visat att det finns i huvudsak åtta typer av samarbete. Dessa typer inkluderar R&D aktiviteter - det vill säga forskning & utveckling, mobilisering av både studerande och akademiker, kommersialisering av resultat från R&D aktiviteterna, utveckling av läroplaner, livslångt lärande, entreprenörskap, och styrning. (Healy, Perkmann, Goddard, & Kempton, 2014) Alla dessa typer av samarbete kommer inte att vara relevanta för detta arbete, men det är fortfarande bra att känna till eftersom det kan vara inspiration till fortsatta utvecklingar av Novias verksamhet.

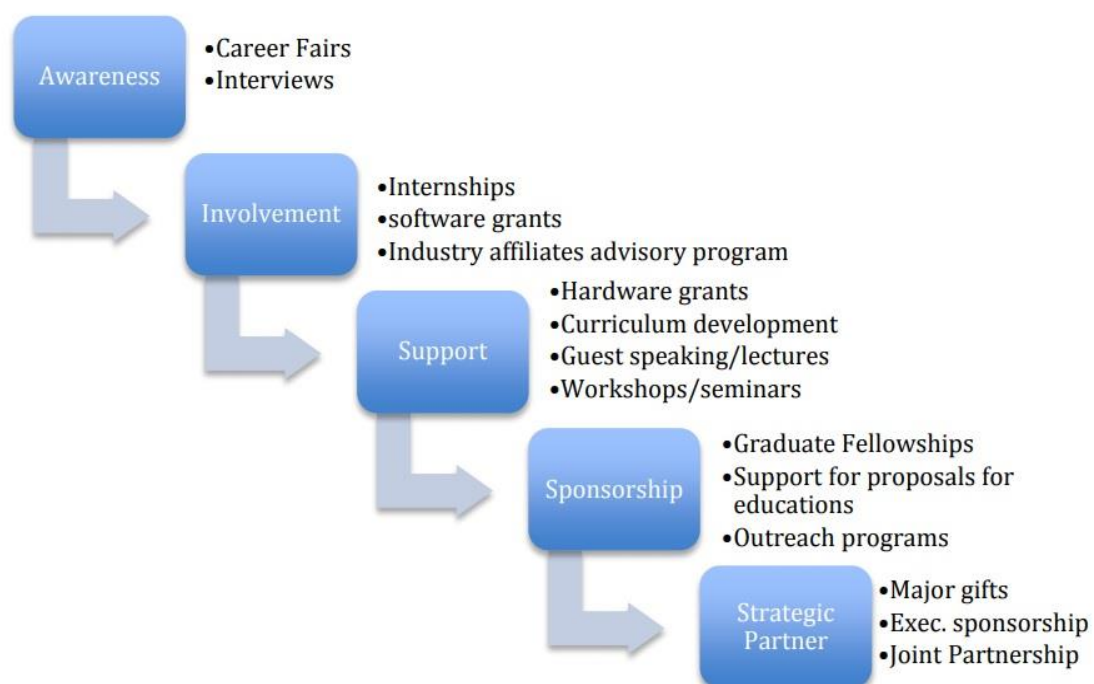
**Figure 1.1 Types of University Business Cooperation**



Source: Science-to-Business Marketing Research Centre (2011) p.43

*Figur 1) De olika typerna av samarbete mellan skolor och företag. (Healy, Perkmann, Goddard, & Kempton, 2014)*

I Novias fall är det mest aktuellt med mobilisering av de studerande, utvecklingen av läroplanen enligt innovationer och nyheter inom industrierna, samt samarbete inom forskning och utveckling. Även livslångt lärande och främjande av entreprenörskap är grundläggande motivationer bakom Novias samarbete med näringslivet.

**Figure 1.2 Levels of Engagement Activities**

Source: adapted from Hewlett-Packard presentational material (n.d)

*Figur 2) Nivåerna på engagemang mellan skolor och företag. (Healy, Perkmann, Goddard, & Kempton, 2014)*

Det bör även vara möjligt för utomstående företag och organisationer att flexibelt kunna engagera sig olika mycket, beroende på bland annat företagets storlek, behov, målsättningar, och resurser. Även samarbeten i mindre skala kan leda till större och långvariga samarbeten, men det förutsätter även god kommunikation och smidig växelverkan mellan de båda parterna.

Det är även viktigt att ta i beaktande ens värderingar och målsättningar när man väljer med vem man inleder samarbeten och partnerskap, och det gäller för både skolan och företaget. Företagen vill gärna att skolan erbjuder den högsta kvaliteten på utbildningen eftersom det i sin tur leder till en bättre förberedd, mångsidig, motiverad, och kompetent arbetskraft. Skolorna vill också att företagets mission och vision stämmer bra överens med vad skolan vill uppnå, både som organisation och vad man önskar uppnå genom samverkan med potentiella samarbetspartners. Det är viktigt att båda parter förstår varandra och delar en gemensam framtidsvision om vad samarbetet innebär och ska uppnå, med definierade riktlinjer och tydliga förväntningar. (Brandman University, 2020; Usher, 2020)

### 3.1 Värde

Vid inledandet av ett partnerskap eller samarbete finns det ett antal faktorer som först bör utredas. Till exempel, vad är de kort- och långsiktiga prioriteringarna och målen för både skolan och företaget - och hur passar de in med varandra? Det måste finnas en öppen och transparent kommunikation, och målsättningar bör ställas och följas upp med. Det kan också löna sig att börja med ett mindre projekt, och sedan skala upp eller ner det enligt behov eller uppnådda resultat. (Wild, 2018)

Det finns värde för båda parter i ett samarbete mellan skolor och företag. Några av dessa fördelar inkluderar:

- Delandet av kunskap och expertis. Företagen har även mycket att lära sig från skolorna och deras studerande som har ett helt annat perspektiv och andra kunskaper eller idéer. (Wild, 2018; VentureWell, 2017; Usher, 2020)
- De studerande får en större inblick i hur arbetslivet efter studierna faktiskt fungerar och kommer att se ut, vilket kan ge ökad studiemotivation när den studerande vet varför man lär sig vad man gör under studierna. (VentureWell, 2017; Lutchen, 2018)
- Ökade möjligheter att öka kännedom om ens eget företag och varumärke. Särskilt företag inom industrier där en till stor del åldrande arbetsstyrka snart kommer pensioneras och antalet nya arbetstagare sjunker har orsak att få mera synlighet bland skolorna och den nya generationen av studerande och arbetstagare. (Wild, 2018; VentureWell, 2017)
- Det ger ett brett och värdefullt nätverk. Studerande kommer i kontakt med företag eller branscher de aldrig annars skulle ha tänkt på, företagen har möjlighet att rekrytera eller inleda arbetsavtal med nyexaminerade studerande som har visat sig vara exceptionella, de studerande som har egna småskaliga företag kan även hitta värdefulla samarbetspartners, och skolans rykte kan förbättras genom synligt samarbete med respekterade företag. (Wild, 2018; VentureWell, 2017; Lutchen, 2018; University of Cincinnati, u.d.)

- De studerande vill gärna imponera på eller visa företagen vad de är kapabla till, vilket kan leda till professionella kontakter eller arbetsplatser under eller efter studierna. (VentureWell, 2017; Lutchen, 2018; University of Cincinnati, u.d.)
- Överlag har studerande på en yrkeshögskola eller universitet mera tid att sätta på diverse projekt än företag, på så vis blir det också billigare för företagen att involvera studerande tillsammans med heltidsanställda - samtidigt som de studerande ändå måste satsa en motsvarande mängd timmar på sina studier för att erhålla studiepoäng och avklara kurser. (VentureWell, 2017; Usher, 2020)
- För personer som har redan varit i arbetslivet cirka 10, 20, eller 30 år kan det kännas inspirerande att jobba med nya och unga studerande, eftersom de antagligen själva minns sin egen studietid - och förhoppningsvis som en positiv upplevelse. (Wild, 2018) Det kan också vara roligt att få lära andra och berätta om sådant som man själv vet mycket om, vilket gynnar de äldre arbetstagarna som får möjligheten att jobba med de studerande. Ett bra sätt att själv komma ihåg saker är att försöka lära ut det åt någon annan, och på så sätt får man också själv reda på vad man själv kanske inte vet eller behärskar så bra och var man behöver utvecklas.
- Samarbeten tjänar även som god publicitet för både skolan och företaget. Genom synligheten lockas flera studerande, samtidigt som flera företag gärna samarbetar med skolan på grund av möjligheterna för den egna organisationen. (VentureWell, 2017; Usher, 2020)
- De studerande får även en större inblick i vilka karriärmöjligheter det finns inom vissa branscher som de annars inte skulle ha tänkt på att ens finns men som fortfarande kan vara mycket intressanta. (Wild, 2018)
- Samarbete mellan skolor och företag kan ge näringslivet en tidig insyn till och förvarning om nya trender och ny teknologi, vilket innebär en konkurrensfördel på marknaden genom att vara tidigt eller först ute. (VentureWell, 2017; Lutchen, 2018; University of Cincinnati, u.d.)

- För skolans del ger det ökad motivation att hålla läroplanen uppgraderad enligt arbetslivets behov och dess aktuella situation, vilket också lockar flera studerande som får en relevant och dagsfärsk utbildning av högre kvalitet med bättre möjligheter efter examen. (Wild, 2018; VentureWell, 2017)

Genom nära samarbeten mellan skolor och företag gynnas även samhället i allmänhet. Företagens tjänster och produkter blir allt bättre och moderna, arbetskraften blir yngre och mera motiverad, utvecklingen av bland annat ny teknologi går framåt i en positiv riktning, och en ökning av exporten gynnar den nationella ekonomin. (VentureWell, 2017; Lutchen, 2018)

### 3.2 Prestandamätning

Prestandamätning, eller på engelska *benchmarking*, är ett begrepp som jag har haft nytta av när jag jämfört andra högskolors företagstjänster med det som Novia i detta fall vill uppnå. Det går i korthet ut på att identifiera egna brister genom att kolla på vad till exempel konkurrenterna eller företag och organisationer i omgivningen gör bättre än en själv, och fastställa vad som måste hända eller vilka åtgärder man måste ta för att antingen komma upp på samma nivå eller bli bättre än det man har jämfört sig med. (Stroud, u.d.; Harper, 2019)

Om det finns ett märkbart gap mellan den egna organisationen och konkurrenterna kan prestandamätningen vara ett verktyg för att identifiera de egna bristerna och andras styrkor för att kunna minska detta gap och således komma upp på samma nivå som konkurrensen. (Riley, 2018) Den långsiktiga målsättningen borde i princip vara att bli bättre och prestera mera än konkurrenterna. Beroende på hur stort gapet är kan det ändå vara en bra början att minska på avståndet mellan det egna företaget och den närmaste konkurrenten.



Det finns fyra huvudsakliga steg inom prestandamätningen/benchmarkingen. (Riley, 2018; Harper, 2019)

- För det första måste man förstå den egna verksamheten i detalj, hur nuläget ser ut, vad exakt det är som måste förbättras för att få en så god nulägesanalys som möjligt för att senare kunna mäta effekten på eventuella åtgärder.
- Sen bör man analysera och jämföra konkurrenterna med fokus på deras processer och resultat, och i synnerhet sådana företag som man vill bli lika bra som eller bättre än. Det är också viktigt att identifiera sådana faktorer att jämföra mellan för att kunna ha en konsistent och mera användbar jämförelse.
  - Ett exempel på detta vore att om du som privatperson vill uppgradera din bärbara dator kan du kolla på och jämföra skärmens storlek, hur länge batteriet räcker innan det måste laddas igen, vilket operativsystem, varumärkeslojalitet, vilka specifikationer är viktiga, hur mycket lagringsutrymme finns det, priset, förväntad livslängd, färg och utseende, och så vidare. Användningsområdet har också betydelse vid valet av datorn; till exempel om den kommer att huvudsakligen användas till dataspel, vanligt kontorsarbete, eller foto- och videoredigering. (Tracy, 2021)
- Det tredje steget är att faktiskt ta sig tid att göra undersökningarna, och se speciellt noga på vad de gör bättre än en själv men också var de har brister eller svagheter man kanske kan använda sig av till ens egen fördel. Där har man bland annat möjligheten att se vad man själv kan göra bättre än konkurrenterna, och ytterligare motivering varför kunden bör välja det egna företaget framom andra.
- Det fjärde och sista steget är att implementera de förbättringar som du har konstaterat genom jämförelserna. Hela poängen med prestandamätningen är för att fixa brister, öka försäljningen eller effektiviteten, uppgradera utseendet av en produkt/hemsida, eller att lösa problem.

De vanligaste faktorerna att jämföra är kvantitativa och kvalitativa data, samt interna och externa faktorer. Enklast är det att fokusera på kvantitativa data inom den egna organisationen även om det ger mindre nytta, medan det man kan lära sig från kvalitativa data och jämförelser med externa institutioner är svårare och kräver mera resurser men ger den största nyttan. (Harper, 2019)

I detta fall finns det inte mycket kvantitativa data att ta fasta på, utan i denna uppgift är det till största del subjektiva och kvalitativa undersökningar som bör göras för att få en bättre bild av vad företagstjänsten saknar och vad andra yrkeshögskolor och universitet gör bättre än Novia. Prestandamätningen görs helt och hållet med externa organisationer från flera olika länder för att få en bättre bild av hur goda exempel kan se ut och hur andra skolor har löst samma problem.

### 3.3 Visuell design

Begreppet *designteori* har i allmänhet fem principer och dessa inkluderar fritt översatt från engelska till svenska; balans, hierarki, repetition, kontrast, och inriktning. Grundidén är i princip att kombinera utseende med funktion, och att kunna motivera varför man utformar en viss sak på ett visst sätt. (Stevenson, 2020) Eftersom företagstjänsten som ska utvecklas behöver hänga ihop med Novias nuvarande tema och image finns det redan exempel att använda och det behöver således inte utvecklas helt från grunden. Den viktigare delen blir att se till att det både funkar men samtidigt är konsistent med Novias nuvarande utseende och varumärke samt bevarar identiteten och ger ett professionellt och sakligt intryck.

Den visuella utformningen av vilken produkt som helst har gemensamma drag. De grundläggande byggstenarna kan innehålla bland annat raka eller kurviga linjer, färger, användning av utrymme, kontraster, och former - och alla dessa tillsammans utgör en helhet. Kombinationer av dessa element kan ge ett visst budskap eller ge utåt en viss image, och den genomsnittliga åskådaren betraktar mera sannolikt helheten framom de enskilda elementen. (Siang, 2020; Chapman, u.d.)

God visuell design kan innebära att det finns en balans och en viss symmetri. Den balansen och symmetrin kan även vara antingen symmetrisk eller asymmetrisk, och båda uppnår en viss effekt. En måttlig användning av kontrast kan få saker att stå ut på rätt sätt, men bör inte användas för mycket eftersom detta kan ha en mera negativ inverkan på utseendet - samtidigt som det kan användas för att fånga uppmärksamhet. (Chapman, u.d.; Siang, 2020)

Sidan bör även följa ett varumärkes eller företags identitet för att upprätthålla den bild utåt som man hålla fast vid. Det är även viktigt att inte tillsätta alltför många överflödiga saker, vilket kan ge ett kaotiskt intryck med inget tydligt tema eller mönster. Vid användning av symboler bör främst de vanligaste symboler användas för att undvika missförstånd. (Lee, u.d.)

Hierarkin mellan elementen är väl definierade och motiverade, och man kan använda hierarki för att till exempel åskådliggöra vissa funktioner genom att använda större ikoner eller färger som fångar uppmärksamheten dit den behövs mest. Det är också bra om det finns en känsla av gemenskap, det vill säga att elementen hör ihop och inte är slumpmässigt eller hastigt utvalda - utan temat och användningen av olika element är väl genomtänkta och motiverade med tanke på det allmänna temat eller utseendet. (Siang, 2020; Chapman, u.d.)

Proportioner, variation, negativt utrymme, färgpsykologi, betoning, mönster och repetitioner är också sätt att förmedla budskap eller visuellt utforma en hemsida. Med proportioner menas att olika delar har olika storlekar, och oftast är det viktigaste störst för att enkelt fånga uppmärksamhet eller visa åskådaren vad som är viktigt och bör fokuseras mest på. Variation kan bryta upp monotonin och göra en produkt eller hemsida mindre tråkig och mera inbjudande att se på, använda, eller navigera. Om det finns mycket ledigt utrymme som inte används kallas detta för *negativt utrymme* och kan även tjäna till att endast det mest essentiella finns kvar och inte mycket annat i periferin som distraherar. (Chapman, u.d.)

Enligt färgpsykologi kan åskådaren eller användaren påverkas genom undermedvetna associationer till olika färger; till exempel kan detta användas i marknadsföring genom att användaren vanligtvis förknippar färgen blå med pålitlighet, grön med hälsa, eller lila med kreativitet. Med betoning på en specifik grafisk design eller område på hemsidan kan

läsaren ledas till det som är viktigt eller det som man önskar att besökaren definitivt kommer att hitta och interagera med. Det mänskliga ögat söker redan naturligt efter mönster även där de kanske inte finns med avsikt, således är detta effektivt att använda om man gör det på rätt sätt. Repetitioner kan förstärka det viktigaste budskapet som man vill att läsaren eller åskådaren tar till sig och handlar enligt beroende på vad man vill uppnå. (Chapman, u.d.; Ciotti, u.d.)

### 3.4 Uppbyggnaden av en bra nätbutik

Det som Novias nya företagstjänst i princip kommer att bli är en slags nätbutik. Kunderna är utomstående företag eller entreprenörer, och produkten som säljs är de tjänster som Yrkehögskolan Novia kan erbjuda.

De faktorer som påverkar en nätbutiks framgång och är relevanta till Yrkehögskolan Novia inkluderar: (Lee, u.d.; Dionne, u.d.; Weblife, u.d.)

- Produktens eller tjänstens kvalitet
- Varumärkets eller företagets rykte
- Pålitlighet och transparens
- Kundbetjäning och service
- Enkelt att använda och navigera
- Fokus på detaljer
- Nätbutikens visuella design och praktiska användarvänlighet

Till skillnad från en vanlig nätbutik behöver Novias företagstjänst inte vara utrustad för monetära transaktioner, utan istället bör de tillgängliga tjänsterna vara tydligt och prydligt presenterade. Priset fastställs senare vid eventuellt samarbete, även om grunderna till prissättningen kan nämnas, till exempel vid uthyrning av utrymmen som kan vara lättare att förutsäga priset på redan från början. Till sin fördel har Yrkehögskolan Novia redan ett gott rykte och existerande kontakter till näringslivet, så det viktigaste vore att klargöra alla tillgängliga tjänster som kanske till och med nuvarande samarbetspartners inte tidigare

vetat om att har funnits. Det som jag kommer att fästa stor vikt på är att den nya företagstjänsten ser snygg ut och är lätt att använda.

Kategorierna bör vara väl definierade, vilket underlättar navigationen och skapar en bättre upplevelse. (Lee, u.d.) Det ska vara lätt att hitta fram, och gärna med så få musklick som möjligt för att spara tid. Ju svårare det är att hitta rätt information, desto större är risken att användaren ger upp eller söker sig till en konkurrent. (Dionne, u.d.; Weblife, u.d.)

Några saker att undvika är användningen av pop-ups eller störande reklam, svårhittad kontaktinformation, och onödig utfyllnad. (Weblife, u.d.) I stället lönar det sig att hålla distraktioner i form av reklam till ett minimum, gör kontaktinformation och annan relevant information lätt och snabbt att hitta, samt bara inkludera den information som kunden faktiskt behöver eller kan ha användning av.

### ”Tre-klicksregeln”

Det är tydligt att en ”tre-klicksregel” åtminstone har existerat, men det råder delade åsikter om den är aktuell eller alls lika viktig som man tidigare har trott. Enligt denna princip eller riktlinje borde en användare kunna hitta sitt önskade innehåll på en hemsida på tre eller mindre musklick. (Thurow, 2014; Craig, u.d.; ProProfs Qualaroo, 2019)

Argumenten för denna riktlinje är att ju snabbare eller smidigare användaren hittar det hen söker efter, desto troligare är det att användaren inte hinner ge upp och att det blir affär när det handlar om en nätbutik. Argumenten emot denna regel är att med en logisk och tillräckligt smidig uppbyggnad på hemsidan spelar det inte lika stor roll exakt hur många klick som behövs innan användaren hittar det viktiga. Det är viktigare att användarna vet *var* de befinner sig på sidan i förhållande till helheten, och hur de därifrån kan hitta det som de faktiskt söker efter. (Thurow, 2014; Craig, u.d.)

Ett exempel på ett sammanhang där antalet musklick faktiskt kan ha stor påverkan är vid betalning via nätet. Genom att t.ex. spara kundens personliga information kan betalningen ske t.o.m. med ett enda musklick vilket gör det enkelt för kunden att handla hos ett företag. (ProProfs Qualaroo, 2019)

Ännu viktigare än ett definierat antal musklick innan användaren hittar fram är bl.a. det att hemsidan fungerar och är snabb, att både stora och små bilder laddar utan dröjsmål, att informationen är väl utvald och väl formulerad, att sätta större vikt på användarens allmänna tillfredsställelse med både sidan och dess tjänster, och att göra sidan logisk och lätt att använda. (Thurow, 2014; ProProfs Qualaroo, 2019; Craig, u.d.)

## 4 Metoder

I detta avsnitt kommer jag att redogöra för hur jag har gått till väga med arbetet. Detta kapitel kan även vara till nytta för eventuella fortsättningar av samma övergripande tema med och fortsatt utveckling av företagstjänsten.

### Självständigt arbete

Metoderna som främst användes inom detta arbete var självständig insamling av redan tillgänglig information till exempel från internet, samt kvalitativ datainsamling för mera information som stöd inför uppbyggandet av den nya företagstjänsten. Bland annat tillfrågades de huvudansvariga för de olika utbildningsprogrammen efter några exempel på särskilt imponerande eller välgjorda examensarbeten som kan fungera som exempel/idé/inspiration för företag kring vad de studerande eventuellt kunde åstadkomma för just dem.

Efter att ha självständigt gjort en del av projektet enligt min bästa förmåga fick jag därefter återkoppling av andra involverade med jämna mellanrum. Jag gjorde förändringar eller förbättringar enligt denna feedback, för att sedan gå vidare med nästa uppgift eller delmoment inom ramarna för projektet. Återkopplingen fick jag ta del av mestadels via applikationen Teams genom inspelade videor med kommentarer om vad som har varit bra och vad som kan förbättras, men även via möten i realtid. Beslut om åtgärder gjorde vi tillsammans med handledarna och Projekt 2.0 gruppen i så stor utsträckning som möjligt, men vissa mindre beslut kunde även tas på egen hand. Dessa beslut kunde även vid behov korrigeras i ett lite senare skede efter nästa runda av möten och feedback.

### Jämförelser

Jag jämförde även existerande företagstjänster hos andra högskolor, både i Finland och internationellt, för att söka efter, samla, och undersöka goda exempel på hur det kan se ut och fungera i praktiken. Detta borde ge värdefull information och goda anvisningar för hur Novia kan utforma sin egen förbättrade företagstjänst på den egna hemsidan. Jag såg på fem exempel på finländska högskolor och universitet, fem exempel på de mest inflytelserika högskolorna och universiteten i världen, och fem till från valfria skolor på ett internationellt plan.

Jämförelserna gjordes genom att välja en skola i taget och sedan surfa och navigera på deras hemsida, varefter skärmdumpar samlades i en enda PowerPoint fil som sedan också presenterades bland annat inför handledare och resten av Projekt 2.0 gruppen. Jag förde också några anteckningar om vad dessa företagstjänster hade gemensamt och vad som var speciellt bra i samma PowerPoint fil med de övriga skärmdumparna. Under rubriken *Innehåll* i detta examensarbete är också de mest anmärkningsvärda exemplen sparade och presenterade, både med skärmdump från den skola som har gjort det bra samt med några ord om vad som gjorde att jag upplevde det som speciellt lyckat. Det är på basis av dessa jämförelser och de observationerna som jag gjorde mina egna mockups och förslag på hur Novias nya företagstjänst kan se ut, för att sedan presentera dessa förslag vidare uppåt för kommentarer och konstruktiv kritik.

## Möten

Under våra gemensamma möten konstaterade vi även att det är lättare att avgöra vad som funkar eller inte när man har något konkret framför sig att kritisera och bedöma, i stället för att bolla mellan abstrakta idéer och försöka tänka på vad som skulle vara goda idéer eller vad man vill ha. Det var även nyttigt att få presentera dessa förslag och mockups till flera olika personer för att få lite utomstående perspektiv, och ofta insåg jag också själv var det finns skäl att förbättra när jag var tvungen att gå igenom och motivera för någon annan varför saker är på ett visst sätt och orsakerna bakom beslut.

För att kunna skriva om de skräddarsydda företagskurserna höll jag möten med de lärare och personer som tidigare hållit dessa utbildningar för att få en överblick över hur de har kunnat se ut och innehålla. Efteråt skrev jag utkast över en kort text per skräddarsydd utbildning som de själva fick kontrollera och ge sin åsikt om innan den hamnade in i mockupen som en slutgiltig version.



## Papper och penna

Med papper och penna hade jag redan ritat en slags karta över startpunkten, *Företagstjänster* vilket är startsidan på [novia.fi](http://novia.fi), till de olika delar som den innehåller; d.v.s. *Hyra ett utrymme?*, *Vi utbildar din personal*, *Företagstjänster* och *Alumnverksamhet*, plus länk till kontaktformuläret. Till exempel; de som klickar på *Vi utbildar din personal* får alternativen att gå vidare in på *Öppna YH*, *Fortbildning*, och *Specialiseringsutbildning*, och så vidare. Genom att göra upp en sådan här karta på förhand innan jag började var det lättare att planera vilka delar som bör finnas med, så att jag inte behövde ändra lika mycket vartefter jag kom på något annat som borde ha funnits med, utan jag kunde planera mot en helhet redan från början. Detta var grunden till den första versionen av hemsidans mockup.

## Mockups

Denna nya och förbättrade företagstjänst gjorde jag skisser och modeller på i form av en så kallad mockup. Tanken var att en duktig kodare ska kunna använda den för att snabbt omvandla idéerna till en funktionerande hemsida, men även för att lättare få en bild över vad som funkar och ser bra ut eller inte. Det är mycket enklare att avgöra vad som är bra när man har det framför sig och kan testa sig fram, i stället för att välja mellan abstrakta idéer och förslag i teorin. Den första mockupen av kontaktformuläret gjordes till en början med ett verktyg som heter UXPin, men de resterande har gjorts i Microsoft PowerPoint.

För att göra en fungerande demoversion av en hemsida i Microsoft Powerpoint är det viktigt att sätta in länkar till andra delar i samma dokument, vilket ger upplevelsen av en vanlig hemsida. Till exempel; från startsidan kan det finnas en länk till en annan PowerPoint bild där kontaktformuläret finns, och om man klickar på *Kontakta oss* på startsidan ska användaren tas från startsidan till kontaktformuläret genom länken. För att infoga en länk kan man börja med att skapa en figur, t.ex. en rektangel som man placerar över en relevant fras eller ett ord, sedan högerklickar man på figuren och väljer *Länk*, varefter man kan välja att infoga en länk till en annan sida inom samma dokument och sedan gör man figuren osynlig genom att välja bort fyllnadsfärg och konturer.

## Tillämpning av teorin

Jag tog i beaktande Novias existerande varumärke och teman genom att bl.a. använda mig av samma färgtema, d.v.s. mörkröd; som enligt färgpsykologi kan symbolisera handling, styrka, energi, förtroende, och mod. (Olesen, u.d.) Dessa är värden som Novia gärna kan förknippas med, men färgen röd finns också redan på Novias hemsida, logo, marknadsföringsmaterial, och i skolans fysiska utrymmen.

På hemsidans mockup använde jag mig även av negativt utrymme för att läsaren bara fäster uppmärksamhet på det mest väsentliga. Bakgrunden är vit, vilket gör både text och bilder lättare att ta till sig. Knappar och andra interaktiva element står ut genom ett konsistent utseende och deras form, placerade på logiska ställen där användaren kan förvänta sig att klicka för att navigera vidare.

Angående antal musklick ansträngde jag mig för att minimera antalet onödiga klick, och istället fokuserat på att användaren kan enkelt och logiskt navigera sig fram. Enligt källorna jag använde mig av i teorin är det viktigare att användarna upplever att de kan känna *var* på hemsidan de är framför att hitta rätt på ett förutbestämt antal klick. Utöver det försökte jag göra det möjligt för användaren att ta sig tillbaka till huvudsidan från varje underkategori, och på så sätt reducera antalet nödvändiga klick för att navigera runt på hemsidan.

## 5 Jämförelser och innehåll

För att få en konkret bild över hur Novias nya förbättrade företagstjänst kan se ut, vilken information som bör finnas, och hur den borde fungera på bästa sätt har jag jämfört en del andra högskolors motsvarighet till det som Yrkeshögskolan Novia vill uppnå. Fem från Finland, fem från de mest inflytelserika universiteten i världen, och fem valfria högskolor från runtom i världen. Dessa skolor inkluderar:

### Finland

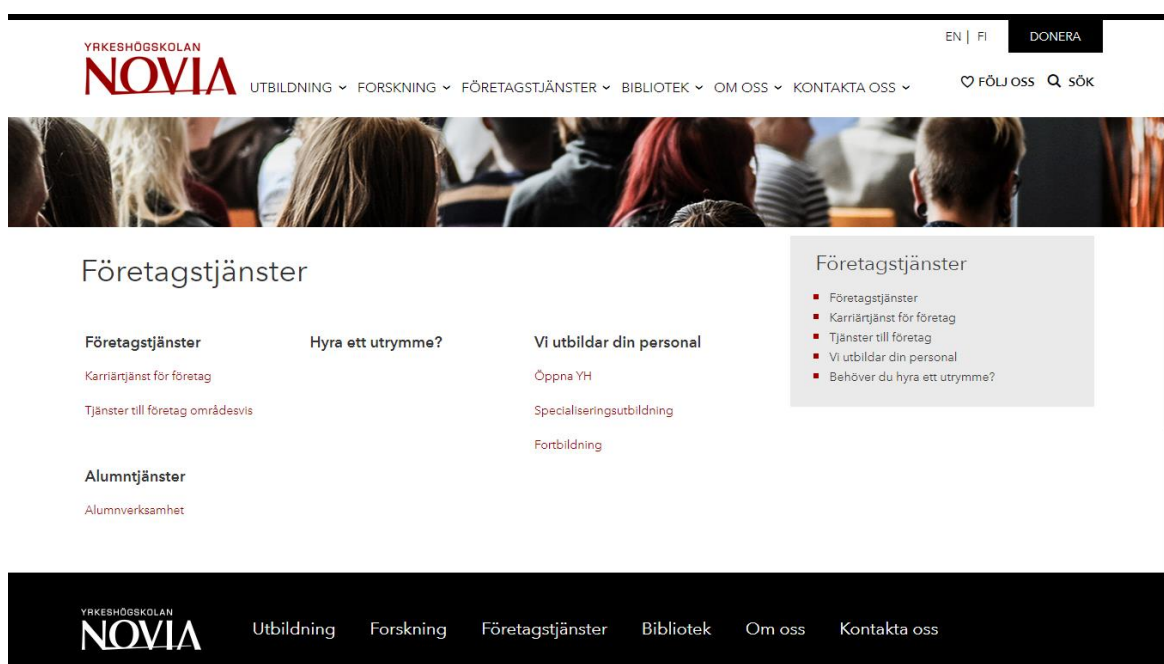
- Aalto-universitet
- Helsingfors universitet
- Metropolia yrkeshögskola
- Haaga-Helia yrkeshögskola
- Hanken Svenska handelshögskolan

### Inflytelserika universitet

- University of Oxford
- Princeton University
- University of Cambridge
- University College London
- King's College London

## Valfria högskolor och universitet

- University College Dublin
- Kungliga Tekniska Högskolan
- Copenhagen Business School
- Reykjavik University
- Umeå universitet



*Figur 3) Detta är Novias företagstjänst som en utgångspunkt för de kommande jämförelserna. (Yrkehögskolan Novia, u.d.)*

Det första intrycket man kan få är att företagstjänsten, som den såg ut våren 2021 innan några förändringar, är underutvecklad i både utseende och innehåll. Det finns inte många bilder, rubriker som fångar uppmärksamhet, eller koncisa och säljande beskrivningar som snabbt ger en överblick vad tjänsterna handlar om. Genom prestandamätningen är det främst sådana faktorer som kommer att jämföras för att se hur olika yrkehögskolor och universitet i olika länder har gått till väga eller löst det, men även för att ta reda på sådana saker som Yrkehögskolan Novia eller projektgruppen bakom detta utvecklingsarbete inte ens har tänkt på tidigare.

Det bör finnas tillräckligt med detaljerad information som noggrant förklarar hur ett eventuellt samarbete går till, vad som förväntas eller krävs av alla parter, och vilka alla tjänster som erbjuds och möjligheter som finns. Detta minskar både på oklarheter i det skedet när utomstående företag, organisationer, eller stiftelser önskar ta kontakt av en eller annan anledning, men det minskar även på antalet upprepade frågor som enkelt kunde besvaras redan från början. De vanligaste frågorna kan behandlas i form av löpande text eller i en separat så kallad FAQ; det vill säga *Frequently Asked Questions* sektion.

The screenshot shows a webpage layout for 'For businesses'. At the top left, there is a header 'For businesses' with a sub-header 'Whether you're a global company, SME, third sector organisation or local authority, we have the people and processes that can get you connected to world-changing ideas and innovations.' Below this are four service cards, each with an image and a short description:

- Develop a research partnership with UCL:** Open up a world of possibilities for your organisation through a strategically managed, long-term research partnership.
- SMEs: Innovate and expand into new markets:** Get the advice and connections you need to scale up and grow internationally.
- Grow your business through a Knowledge Transfer Partnership (KTP):** Take your business to the next level with the academic know-how and funding that brings about real change.
- Find a consultant:** Connect with the academic experts who can solve problems, realise opportunities and develop the skills in your business to manage complex issues.

On the right side, there is a 'Contact us' sidebar with the following information:

- Contact us:** Tel: 020 3108 8210 (internal: 66210), Email: enterprise@ucl.ac.uk, Meet the team.
- Follow us:** Follow UCL Innovation & Enterprise on: Twitter (@UCLEnterprise), Facebook (@UCLEnterprise), LinkedIn (UCL Innovation & Enterprise).
- Testimonials:**
  - Patrick Harrison, Executive Director of the English National Ballet (ENB): "We're proud to work with UCL, and excited to play a part in unlocking the benefits of a world-leading university for our city and for innovation in the arts."
  - Giuseppe Mazza, Co-Founder and Chief Executive Officer, Engix: "Working with UCL Innovation & Enterprise was key in understanding how to commercialise our IP and defining the Engix business model."

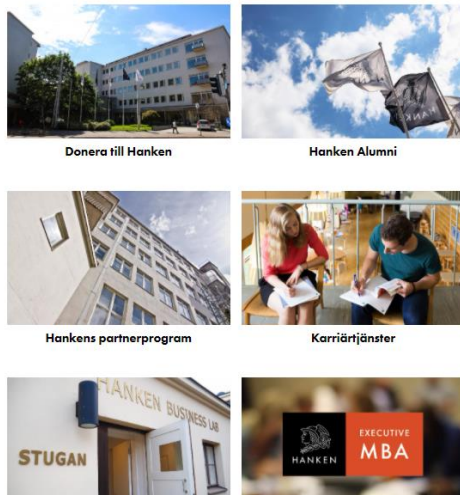
**Figur 4) Företagstjänsten på University College Londons hemsida. (University College London, 2021)**

Upplevelsen av innehållet man kan få på University College Londons hemsida är att bilderna till en början fångar uppmärksamheten, en enkel rubrik för varje tjänst, med en kort mening under bilden som lite förklarar vad tjänsten är för att snabbt hitta rätt. Mera detaljerad information fås genom att klicka på en av rubrikerna eller bilderna. Från huvudsidan är det ett klick till företagstjänsten på bilden, och två klick till att ta sig in på en enskild tjänst.

## Samarbete och nätverk

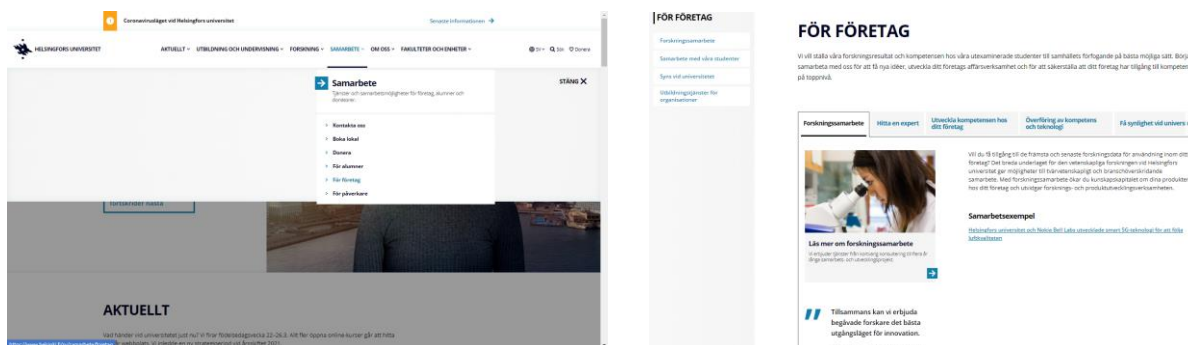
Hanken erbjuder en bred palett av tjänster till näringslivet och samhället. Vi är en naturlig partner när det gäller växelverkan med företag, forskningssamarbete och studentkontakter.

Fundraising  
Alumni  
Hankens partnerprogram  
Karriärtjänster  
Hanken Business Lab  
Internationella nätverk



Figur 5) Företagstjänsten på Hanken Svenska handelshögskolan. (Hanken Svenska handelshögskolan, u.d.)

Företagstjänsten borde för enkelhetens skull finnas tillgänglig via hemsidan med ett enda musklick, och därifrån kunde man tas till högst en mellansida där man kan välja tjänst enligt det syfte man besöker tjänsten. Från den första hemsidan borde det vara högst två musklick innan man är framme till den information man är ute efter.



Figur 6) Helsingfors universitetets hemsida. (Helsingfors universitet, 2021)

Företagstjänsten på Helsingfors universitet är ett bra exempel på tillgänglighet från huvudsidan. Genom att sväva markören på *Samarbete* visas en så kallad drop-down lista där man får alternativet att komma in på den allmänna sidan för företagsamarbete men även direkt till det man söker efter, till exempel *För företag* i detta fall. Med ett eller två musklick till är man nu inne på företagstjänsten och kan med ett andra klick välja rätt tjänst, bland annat *Utveckla kompetensen hos ditt företag* eller *Forskningssamarbete*.

## 5.1 Kontaktformulär

Det är mycket viktigt att det är lätt och intuitivt för företagen att lämna sina kontaktuppgifter, och det är lika viktigt att dessa också följs upp inom en mycket rimlig tidsram, exempelvis inom 24 timmar eller så fort som möjligt nästa vardag om den lämnas in under ett veckoslut eller annan helgdag. Uppgifter av avsändaren som representerar företaget borde innehålla åtminstone:

- Orsak/bakgrund/förklaring till kontaktbegäran
  - Man kan antingen lämna det som ett enda alternativ där avsändaren får fritt formulera sitt ärende, eller också lägga till en ytterligare möjlighet att välja ett ytterligare generellt syfte för att enklare bestämma vem som lämpligen kan besvara frågan eller ärendet. Exempel på detta vore bland annat förslag på sommarjobb, praktik, eller examensarbete åt studerande, men också samarbete, fortbildning åt egen personal, utvecklingsprojekt, eller ledtrådar angående nya upptäckter eller ny information om utvecklingar inom branschen/industrin.
- För- och efternamn
- E-postadress
- Telefonnummer
- Företagets, organisationens, eller stiftelsens namn

Det borde också gärna vara möjligt för företagen att kontakta behöriga personer direkt, om man redan vet i vilket ärende man söker kontakt. Dessa personer sköter till exempel om extern kommunikation/relationer, service, utveckling/planering, ekonomi, och undervisning.

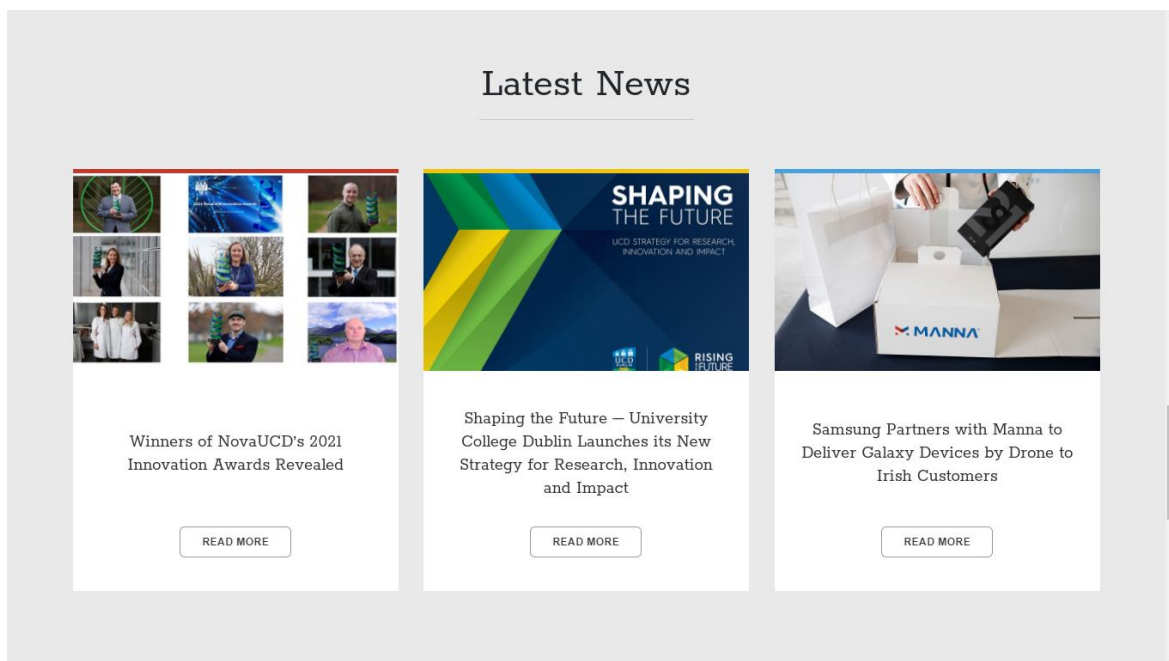
**Figur 7) Exempel på Kungliga Tekniska Högskolans kontaktformulär. (Kungliga Tekniska högskolan, 2021)**

Kontaktformulär är lätta att snabbt programmera för endast funktionalitet, men det är svårare att få formuläret att kännas lite mera personlig och ge läsaren ett intryck av att det finns en människa bakom den som kommer att ta emot, läsa och svara på frågan. Därför är det även en god idé att sätta lite tid på att fylla ut kontaktformuläret med lite extra text och information förutom de mest essentiella rutorna där användaren fyller i sina uppgifter.

## 5.2 Nyheter

Nyheter om Novias verksamhet, både nuvarande studerande och alumner, kunde också finnas med som exempel på vad yrkeshögskolans studerande är kapabla till och även vilka slags projekt som vore lämpliga. Dessa inlägg kan också vara till exempel insända av de studerande själva, och sedan granskas och godkänns inläggen av de ansvariga för hemsidan. De studerande kan uppmuntras till aktivt deltagande i att skapa innehåll till exempel med studiepoäng inom de valfria studierna eller inom kurserna i läroplanen, eller utlottning av presentkort.





*Figur 8) Nyheter på University College Dublins företagstjänst. (University College Dublin, u.d.)*

Något som kan vara utmanande med att inkludera nyheter i företagstjänsten är att dessa kan föråldras snabbt och borde uppdateras med ganska jämna mellanrum. Denna effekt blir bara desto större när det handlar om teknik, eftersom teknologin i dagsläget utvecklas i mycket snabb takt och aktörerna inom området ständigt strävar efter att överträffa varandra. Samtidigt kan det också ge motivation för att kontinuerligt utvecklas och prova på nya projekt, men nyheter kan även i till exempel massmedia och lokaltidningar fungera som marknadsföring.

### 5.3 Uthyrning av utrymmen

Utomstående kan även hyra utrymmen av Novia på de olika orterna och campus i Vasa, Jakobstad, Åbo, och Raseborg. Enkelt tillhanda borde finnas kontaktuppgifter till varje campus och ort, bilder på utrymmena, lista på tillgänglig teknisk utrustning, samt fasta priser eller grunderna på vilket det slutgiltiga priset avgörs.



Haaga-Helia's facilities are ideal for all kinds of training events.

Our modern facilities are available for company training events at our campuses in Helsinki (Pasila and Haaga), Porvoo and Vierumäki. Most of our facilities are also available on evenings and Saturdays, and we can organise catering to suit your requirements. We can offer you premises from ordinary classrooms to a bigger auditorium or modern meeting chambers.

### Campuses' contact details

#### Pasila campus

Ratapihantie 13  
00520 Helsinki

Inkeri Pärnä-Karhu: [inkeri.parna-karhu@haaga-helia.fi](mailto:inkeri.parna-karhu@haaga-helia.fi), tel. +358 40 488 7146

#### Haaga campus

Pajuniityntie 11  
00320 Helsinki

Contact: Taru Munukka: [taru.munukka@haaga-helia.fi](mailto:taru.munukka@haaga-helia.fi), tel. +358 40 488 7085

*Figur 9) Uthyrning av utrymmen på Haaga-Helia yrkeshögskolas företagstjänst. (Haaga-Helia, u.d.)*

Övriga tjänster som kunde erbjudas, förutom själva utrymmet, är även till exempel catering eller levande musik. Olika företag har förstås olika behov, men till exempel ett företag som hyr utrymmen för långa förhandlingar med en viktig kund kan tänkas vilja beställa även kaffe, mat, och tilltugg för att underlätta förhandlingarna och hålla kunden nöjd samtidigt som det ger ett professionellt intryck av företaget.

Om det handlar om till exempel festligheter kunde även levande musik som del av programmet vara till företagets fördel, och kunde tänkas hyras in musiker från till exempel musiklinjen i Jakobstad och tjäna i så fall två syften samtidigt. Företagen kan lätt få tillgång till en pålitlig källa av levande musik av god kvalitet, och de studerande på yrkeshögskolstudierna inom musiker/musikpedagog får samtidigt erfarenhet och gärna även en lön.

## 5.4 Konsulttjänster

På Oxford universitet erbjuds även konsulttjänster. Akademiska konsulter inom alla områden kunde även tänkas erbjudas från Yrkeshögskolan Novia, alternativt kunde utomstående konsulter få erbjuda sina tjänster via Novias företagstjänst mot en liten provision eller avgift.

The screenshot shows a website page with a dark blue navigation bar at the top containing links for RESEARCH, DIVISIONS, RESEARCH IMPACT, LIBRARIES, INNOVATION AND PARTNERSHIP, SUPPORT FOR RESEARCHERS, RESEARCH IN CONVERSATION, and PUBLIC ENGAGEMENT WITH RESEARCH. Below the navigation bar is a large image of people in a meeting. The main content area has a white background and features the title 'Find an academic consultant' in a large, bold font. To the left of the title are social media sharing icons for Twitter, Facebook, LinkedIn, and YouTube. The text below the title describes the consulting services, mentioning that experts from all disciplines are available and that the team has access to more than 5,000 academic and research staff. A 'Consulting Services' section provides contact information (Tel: +44 (0) 1865 280829) and a brief description of the team's role. On the right side, there is a sidebar titled 'EXPERTISE AND KNOWLEDGE' with a list of links: 'Find an academic consultant', 'Develop your skills', 'Recruit a graduate or MBA', 'Join a problem-solving session', and 'Attend an Event'. Below this is a 'SEE ALSO' section with links to 'Impact case studies' and 'Impact films'.

*Figur 10) Konsulttjänster på Oxford universitets företagstjänst. (University of Oxford, 2021)*

Konsulttjänsterna kan med fördel delas in i olika områden för att undvika att tjänsten blir alltför allmän, och så att företagen lättare kan få hjälp med de specifika problem de har. Konsulten kan antingen vara en lektor anställd direkt av Yrkeshögskolan Novia som frivilligt ställer upp i utbyte mot en skälig kompensation, eller så kan företag hänvisas till samarbetande konsultföretag som får synlighet och marknadsföring via Novia i utbyte mot en liten provision.

## 5.5 Strategiska allianser

Möjligheten till att bilda strategiska allianser/partnerskap med Novia vore även ett tänkbart alternativ. En strategisk allians innebär samarbete mellan två parter för att uppnå ett ömsesidigt fördelaktigt resultat. Syften med en sådant samarbete kan vara att utöka verksamheten, nå nya marknader, ekonomisk vinst, förbättra utbudet av produkter/tjänster, eller erhålla konkurrensfördelar som gynnar båda parter i den strategiska alliansen. (Kenton, 2020)

## Strategiska partnerskap

Umeå universitet ingår i ett antal långsiktiga samarbeten, strategiska partnerskap. Målet med dessa är dels att nå ömsesidig utveckling och dels att höja kvaliteten på universitetets forskning och utbildning. Att arbeta tillsammans kan också bidra till bättre förståelse för samhällets behov – och till lösningar på dess utmaningar.



Region Västerbotten	▼
Skellefteå kommun	▼
Umeå kommun	▼
Volvo Lastvagnar	▼
Örnsköldsviks kommun	▼

### Kontaktpersoner för partnerskapen



**Anna Sandström Emmelin**  
Projektsamordnare  
E-post  
090-786 60 21




**Katarina Henriksson**  
Projektsamordnare  
E-post  
090-786 93 62

*Figur 11) Strategiska partnerskap på Umeå universitets företagstjänst. (Umeå universitet, u.d.)*

Umeå universitets företagstjänst berättar om sina olika partnerskap i olika kommuner, där informationen är dold tills användaren klickar för att läsa mera. Där finns även kontaktuppgifter till nyckelpersoner för potentiella partnerskap samt relaterade artiklar som handlar om andra partnerskap och deras verksamhet.

## 5.6 Investeringar

Inom den nya företagstjänsten kunde även Yrkeshögskolan Novia erbjuda möjlighet för utomstående investerare och nätverk att ge stöd åt Novias studerande som startar nya företag genom att ge ekonomiskt stöd i det första skedet. En av de största utmaningarna för ett nytt företag är just ekonomin, så detta kunde både öka antalet företag som startas av Novias studerande och deras chanser att lyckas om den ursprungliga finansieringen är tillräcklig. Eventuella investeringar kan också komma med olika grundkrav; till exempel en god affärsplan, bevis på utförda marknadsundersökningar och lönsamhetsberäkningar, utredning över eventuella tillstånd, eller planer på hur produkten/tjänsten kommer att marknadsföras.




For external organisations > Opportunities to invest

## Looking to invest in early stage opportunities?

Cambridge has a worldwide reputation as a place where new technologies emerge, companies are born and products that transform society are developed.

Cambridge Enterprise invests the University's seed funds in new companies started by academics, researchers, staff, and students, building a bridge between research and commercial development. Early stage capital and support is pivotal to the success of new technology companies in what is often seen as a high-risk section of the investment spectrum. There are many opportunities to invest in the [Cambridge Cluster](#), and we are always looking to speak with venture capital firms, business angel networks and other investors looking to invest in early stage opportunities.

 CAMBRIDGE INNOVATION IN NUMBERS:  
THE CAMBRIDGE CLUSTER AND THE  
UNIVERSITY

*Figur 12) Företagstjänsten på Cambridge universitet. (University of Cambridge, 2021)*

Investeringarna kan ske i utbyte mot en andel av ägarskapet eller framtida vinster som de nya företagen gör. Alternativt kan också en fond eller stiftelse med samma syfte startas, som förvaltas av Yrkehögskolan Novia och till vilken utomstående företag och donatorer kan bidra till genom sina donationer. Detta kan också tjäna till att locka flera nya studerande till Novia med seriösa ambitioner att starta egna företag i framtiden.

## 5.7 Samarbetspartners

Under företagstjänsten kan det också finnas en flik där Novias samarbetspartners finns uppräknade, eller åtminstone de partners som samtycker till att samarbetet får vara offentlig information. Detta kan öka trovärdigheten för båda parterna, samt så får nya potentiella företag och organisationer en bild av hurdana företag som redan samarbetar med Novia och vad de själva kan erbjuda som de andra inte redan kan. Det kan också ge mera allmän synlighet för de andra företagen, samt ökad kännedom bland de studerande.

**FOR COMPANIES**

- Get in contact with students
- Get in contact with our researchers
- Meet our partners
- See our bridgebuilding initiatives
- Business News
- Contact CBS

**NEWS**

05.11.2018  
Join us for CBS' launch of three new, topical research platforms

05.11.2018  
Collective intelligence: CBS spearheading the next "new black"

See all news

**EVENTS**

No current events.

See all events

## Meet our partners

CBS is the interface to formal business partnerships that support CBS' ongoing contact to and relevance for the business community, the public sector and the plural sector to the benefit of all parties.

**Deloitte.** MAERSK Ørsted Coloplast  
VELUX Copenhagen Airports Ørsted Bank Nordnet GN ENERGINET  
CIP PFA Nykredit PwC CLEBEL-IT  
KPMG BCG KEARNEY INSPARI  
PA accenture BAIN & COMPANY

**PARTNERSHIPS**

In order to cover a wide range of needs, we have developed four different partnership models for different kinds of companies and organisations. The purpose is to allow companies and organisations to reap the benefits of having a structured access to our students, our research and our study programmes:

A Corporate Partnership is an exclusive collaboration with companies and organisations engaging in CBS on several levels, ranging from research to education to career opportunities.

*Figur 13) Presentation av samarbetspartners på företags tjänsten på Copenhagen Business School. (Copenhagen Business School, u.d.)*

I Novias fall kunde man inkludera en förteckning över vilka andra företag som har offentliga samarbeten med Novia. Detta kunde hjälpa till att sporra andra företag att ta kontakt, både för att också få samma synlighet och för att inte gå miste om eventuella möjligheter. Det ger även en liten inblick i hurdana företag som redan har samarbete med Novia, och bör helst uppvisa en mångfald där många olika slags företag och organisationer inom olika verksamhetsområden är uppräknade.

Tel: +44 (0)20 7848 0827 | Email: [rachel.m.parker@kcl.ac.uk](mailto:rachel.m.parker@kcl.ac.uk)

### Featured Partners & Related News

- AstraZeneca
- Delgene
- Ericsson
  - Ericsson 5G lab launch at King's College London
- GE Healthcare
- GSK
- Nvidia
  - King's and NVIDIA join forces to build UK's first AI platform for hospitals
- Oracle
- Siemens Healthineers
  - Award winning software platform aims to improve success rates for image guided CRT
- UCB
  - UCB researchers to work directly alongside King's academics
- Unilever
  - New King's and Unilever Bioscience Innovation Hub launched

Marie Rafferty about the Life Lines project.

11 August 2020

**Spotlight on COVID: A shift in law and leadership - present and future**

How are leaders using legislation during the current pandemic and what will the decisions they make...

6 August 2020

f  
t  
in  
✉  
+

*Figur 14) Presentation av samarbetspartners på företags tjänsten på King's College London. (King's College London, u.d.)*

Till skillnad från Copenhagen Business School där samarbetspartners syns med sina logon, är samarbetspartners på King's College London uppräknade i form av en lista. Man kan även tänka sig att inkludera länkar till de olika företagen eller en kort skriftlig presentation på cirka en eller två meningar.

## 5.8 Arbetsmarknadsdagar

Karriärdagar, eller arbetsmarknadsdagar, är evenemang där studerande från bland annat gymnasier eller yrkeshögskolor får möjligheten att träffa, mingla med, eller knyta direkta professionella kontakter med företag från yrkeslivet eller industrin. Dessa evenemang är effektiva för företagen att hitta ny arbetskraft eller bara marknadsföra sig själva.

The screenshot shows a webpage with a navigation menu on the right and a main content area. The navigation menu includes a 'Menu' icon and the text 'På denna sida', 'Allt från besök till praktik', and 'Exempel på samarbetsformer'. The main content area has a title 'Exempel på samarbetsformer' and a list of options: 'Examensarbete', 'Projektarbete', 'Praktik', 'Co-op', 'Gästföreläsningar', and 'Arbetsmarknadsdagar'. The 'Arbetsmarknadsdagar' option is selected and highlighted. Below the list is a paragraph of text: 'Varje år arrangeras större och mindre arbetsmarknadsdagar där ditt företag har möjlighet att möta studenter från alla ämnesområden och knyta kontakter för uppdrag, examensjobb eller framtida arbetskraft. Uniaden är Umeå universitets största arbetsmarknadsdag. Här kan ditt företag träffa teknologer, naturvetare, designstudenter, ekonomer, systemvetare och personalvetare.' At the bottom left, there is a call to action box: 'Välkommen att kontakta oss!' with a link 'Kontakta en institution direkt'. To the right of this box is a portrait photo of a man.

*Figur 15) Anordning av karriärdagar med Umeå universitet på företagstjänsten. (Umeå universitet, u.d.)*

## 5.9 Anordning av evenemang

Anordning av evenemang är ett bra sätt att börja ett eventuellt längre samarbete mellan en skola och ett företag. Enskilda evenemang ger företaget en möjlighet att se hur bra en skola kan planera och prestera enligt givna och överenskomna anvisningar, och i synnerhet lyckade evenemang kan ge ett mycket gott intryck av både företaget såväl som skolan. Möjliga typer av evenemang inkluderar fester, mässor, viktiga möten, eller utställningar.

## Event services

### Event by Haaga-Helia – Your partner in event planning and implementation

Planning and designing an event can be a challenge. Anyone can feel overwhelmed with many choices, details, timelines and decisions to make despite the aim to make the event innovative and memorable. Events by Haaga-Helia provides comprehensive event planning and implementation as well as versatile venues. The cooperation begins with understanding your needs and objectives of the event. We can help you to arrange a suitable venue and plan a successful event within your budget. Our team from Haaga-Helia Porvoo Campus is recognized as "Evento Awards Reliable Partner".

#### Your advantages in implementing the event with us

- All events by Haaga-Helia are memorable experiences delivered by our skillful event management students under the supervision of professional lecturers.
- By hiring students you will get an event with a creative approach, as students are not afraid of trying new solutions in event planning and production.
- We offer pre and post-event activities including marketing campaigns and evaluations of meeting the event objectives.
- By hiring Haaga-Helia students, you create educational value and give the students an opportunity to gain professional experience.

#### Pricing

The price of the event depends on many factors: type of the event, number of guests, venues used, duration, food and beverage options and other. Therefore, we have prepared three packages that can be ordered separately or combined freely.

### Events by Haaga-Helia packages

#### Planning and production services

Our planning and production services are for organisations who need help with planning events from start to finish. We offer design and extensive planning of entire events as well as consultation and event coordination. The service can include, but is not limited to:

*Figur 16) Anordning av evenemang på Haaga-Helia yrkeshögskolas företagstjänst. (Haaga-Helia, u.d.)*

Företagstjänsten på Haaga-Helia yrkeshögskola förklarar mycket bra över allt man behöver veta och vilka fördelar det finns av att låta någon annan sköta de praktiska arrangemangen kring viktiga evenemang. Förutom de fördelar som finns på deras sida, så genom att överlåta praktiska detaljer kring logistik, planering, underhåll, och förberedning av platsen för möten eller evenemang kan man fokusera desto mera på till exempel kunden eller spara värdefull tid och resurser.

## 5.10 Forskningsarbete

Studieinriktningar där man framställer ny kunskap, produkter, eller utvecklingar, till exempel inom teknik, kunde gott dra nytta av forskningsarbete med arbetslivet och industrierna. Båda parter gynnas av att dela sin egen expertis och det finns potential för samhällsnyttiga utvecklingar eller uppfinningar.



PRINCETON UNIVERSITY

Contact Us Press Room News Events Search...

Princeton Research > Corporate Engagement & Foundation Relations

For Faculty For Foundations For Industry Research With Princeton Research Discovery Initiatives

Home > For Industry > Connecting Industry Across Campus > Collaborate In Research

Connecting Industry Across Campus

Collaborate In Research

Hire a Tiger

Innovate with Technology

Promote Entrepreneurship

Corporate Affiliate Programs

Core Facilities

Partnership Stories

Wire & Check Payment Instructions

## Collaborate In Research

Princeton faculty and students are at the forefront of research that is instrumental to solving critical problems for societal well-being. The key to a successful collaboration is a strong synergy between the core academic and research strengths of the University and the company's ability and desire to transform new discoveries into real world applications. CEFR facilitates interactions and connects industry and faculty researchers in the following ways:

- > Initiate, coordinate, and manage relationships with companies and foundations that promote the educational, scientific, and scholarly mission of the University
- > Create networking and engagement opportunities to enable, expand, and enrich industry connections on campus
- > Facilitate research collaborations between industry and faculty
- > Cultivate relationships and foster open exchange of ideas between University and foundation leadership
- > Support Fellowships. Graduate students and post-doctoral associates are essential to accelerating discoveries in academic research. Fellowships are synergistic – they provide a way for companies to directly interact with students and learn about their research. Students in turn gain important insight from technology leaders.

CEFR Collaborates with Several Offices and Centers Including:

- > Office of Technology Transitions

**Figur 17) Forsknings-samarbete med Princeton universitet. (Princeton University, 2021)**

För en studerande kan det vara mycket mera motiverande att jobba på ett riktigt projekt med riktiga konsekvenser, samtidigt som det ger flera möjligheter att knyta kontakter med eller imponera på faktiska företag. Det kan även utföras tillsammans med mera teoretiska kurser för att få en mera praktisk tillämpning av kunskaperna som annars lätt kanske glöms bort om de känns alltför abstrakta för de studerande.

## 5.11 Jobbsökningportal

Det vore även tänkbart att inkludera en egen jobbsökningportal under företagstjänsten på Novias hemsida. Här kan studerande och arbetsgivare mötas direkt, och knyta kontakter som kan gynna båda parter både under och efter studierna. Chansen blir mycket högre att fler studerande redan har heltidsjobb att gå till efter studierna är avklarade om flera får möjligheten att jobba redan under studiernas gång.

Information som arbetsgivare bör lämna om lediga arbetsplatser inkluderar till exempel: (Metropolia, 2020)

- Lön/kompensation
- Önskade kvalifikationer eller eventuella intyg
- Startdatum för arbetet samt arbetets längd, till exempel tidsbestämt avtal eller tills vidare
- Uppgiftens eller arbetets art
- Kontaktinformation eller länk till företagets egen ansökningsida
- Tidsgräns eller sista datum för ansökan
- Platsen där arbetet utförs

Metoden för att lämna en platsannons bör helst inte kräva registrering på en ny tjänst eller inloggning, eftersom detta kan göra det både tidskrävande och oattraktivt för många arbetsgivare som annars gärna skulle ha anställt Novias studerande eller påbörjat andra former av samarbete. Logiken bakom detta är att ha en så låg barriär för inträde som möjligt vilket gör det snabbt och enkelt för vem som helst att lämna en platsannons, och i dagens läge har internet-användare redan tillräckligt med olika slags inloggningsuppgifter och lösenord att hålla reda på. En vanlig kritik som arbetssökande kan ha är kraven på att registrera sig på en ny hemsida för varje enskild arbetsansökan samt manuellt fylla i uppgifterna som redan finns på ens CV en gång till. Samtidigt ger det ett intryck av att Yrkeshögskolan Novia respekterar företagets tid, och att även andra former av samarbete med Novia kan vara lika smidiga och enkla.

My page Virtual Events Jobs Companies Masterclasses Assessments Country Guides Jobs in China

## Find jobs

Search by title or keywords

Employment types Degrees Fields Locations Sectors Languages Start Clear filters

POSITIONS

**Marketing Operations Associate (limited full-time)**  
SAP Commercial Sales Czech Republic | Prague, Czechia  
Application deadline 2 October 2021

**Talent Management Representative with Serbian**  
PepsiCo Poland | Kraków, Poland  
Application deadline 7 June 2021

**Marketing Summer Intern - Diabetes Unit**  
Lilly | Toronto, Canada  
Application deadline 5 June 2021

Simon Finell  
Profile completed  
Did you know that most employers use online assessments in their recruiting processes? Practice now and get insights on your strengths and weaknesses.  
Go to assessment center

Terms & Conditions Privacy policy School/Employer?

FEATURED POSITIONS

FEATURED COMPANIES

Figur 18) Exempel på en jobsökningportal från Reykjavik universitet. (Reykjavik University, u.d.)

Vi besvarar era frågor på följande adress:  
→ [careerservices@aalto.fi](mailto:careerservices@aalto.fi)

### Våra kontaktuppgifter

**Karriärtjänster**  
Konst och design, och tekniska områden

**Riitta Kontio**  
Expert, arbetsgivar tjänster  
[riitta.kontio@aalto.fi](mailto:riitta.kontio@aalto.fi)  
+358 50 550 2066

- Planering, implementering och utveckling av de tjänster kopplade till studerandes karriärer och jobbsökande

**Ulla Eskola**  
Expert  
[ulla.eskola@aalto.fi](mailto:ulla.eskola@aalto.fi)  
+358 50 331 3185

- Yrkesvägledning inom konst, design och arkitektur
- Karriärevenemang

Figur 19) Karriärtjänst på Aalto-universitetet. (Aalto-universitetet, 2021)

Fördelen över existerande tjänster som bland annat TE-tjänster, Duunitori, eller Kuntarekry, är att de utannonserade arbetsplatserna riktas direkt till målgruppen studerande. Studerande är i början av sin karriär, har den teoretiska kunskapen fortfarande färskt i minnet, har nya perspektiv eller aktuell kunskap som äldre arbetstagare kanske inte har, och är ofta beredda att flytta för ett tillräckligt bra jobb efter studierna.

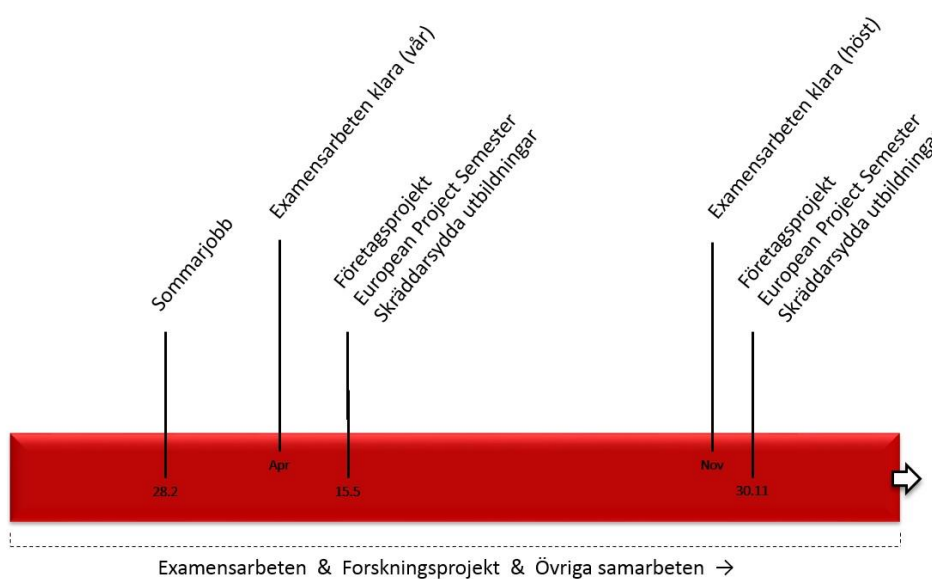
På andra liknande tjänster finns det även en hel del övriga jobb som inte alls kanske lämpar sig för eller intresserar studerande; bland annat chaufförer av olika slag, heltidsarbeten som kräver en fullgjord examen, specialist- och expertpositioner, förmanspositioner, eller sådana tjänster som förutsätter fullständig eller varierande tillgänglighet som ofta krockar med skolans eget schema. Detta kan även leda till att de lämpliga jobb som faktiskt skulle intressera en studerande kanske glöms bort eller inte ens märks bland alla de andra jobbannonser som är riktade till andra målgrupper.

## 6 Modeller

Som ett resultat av prestandamätningen och jämförandet samt beaktande av Yrkeshögskolan Novias egna särskilda behov, tjänar följande modeller som exempel på hur den nya företagstjänsten kunde se ut och fungera. Årsklockans syfte är att ge en överblick över viktiga datum för de olika tjänsterna, hemsidan visar hur den nya företagstjänstens framsida kan se ut, och via kontaktformuläret tar företagen den första kontakten.

### 6.1 Mockup av årsklockan

Före den första versionen av den så kallade årsklockan kunde göras, behövdes först några preliminära sista ansökningsdatum för diverse tjänster bestämmas. Dessa datum diskuterades bland annat under gemensamma möten med projektgruppen och handledare, men även på egen hand skissade jag upp några exempel på vilka datum och deadlines som kunde lämpa sig för de olika tjänsterna. Även om de slutgiltiga datumen kan ändras i efterhand är ändå principen bakom årsklockan densamma.



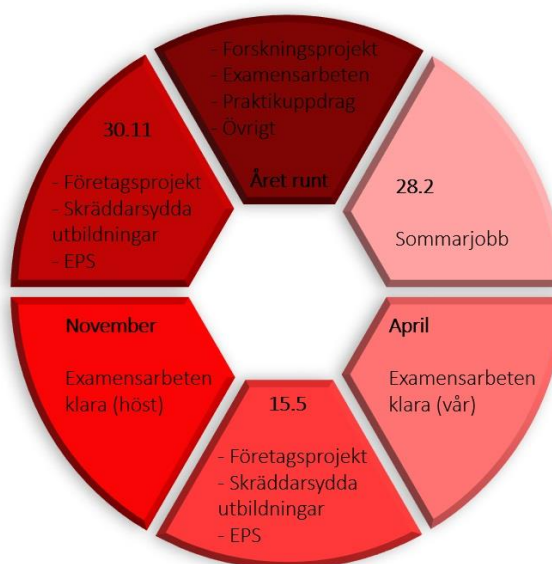
*Figur 20) Den första mockupen av årsklockan.*

Detta är den första versionen av en mockup av årsklockan jag gjorde i PowerPoint, enligt de första preliminära datumen. Den röda rektangeln representerar ett helt kalenderår och de tjänster; det vill säga examensarbeten, forskningsprojekt, och övriga samarbeten, som kan ansökas på en fortlöpande basis är uppräknade under rektangeln och har således inga

fasta datum på tidslinjen. Med övriga samarbeten avses till exempel sponsring eller utveckling av studieprogram och innovationer.

Enligt denna första version bör uppgifter om sommarjobb lämnas in senast 28.2. Gemensamma datum, det vill säga 15.5 och 30.11, gäller för kurserna med integrerade företagsprojekt, European Project Semester (EPS), och de skräddarsydda utbildningarna för företagets anställda. Det skulle vara möjligt att lämna in förslag till möjliga examensarbeten under hela året, men dessa bör vara klara under april och november månad, vilket ger företagen lite flexibilitet.

Utöver denna version hade jag även skissat upp några andra varianter av årsklockan. Alla mockups gjordes i Microsoft PowerPoint.



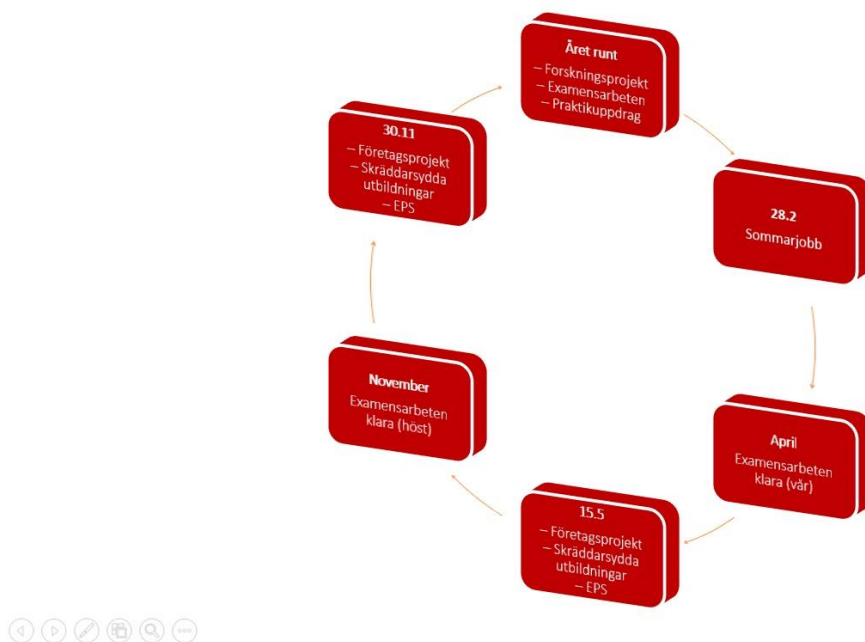
*Figur 21) Version 2 av årsklockan.*

Tanken med denna uppdatering var att organisera datumen och de olika deadlines i en cirkel istället för att representeras av en rak linje. Detta liknar också mera en analog klocka än den första versionen.



**Figur 22) Version 3 och 4 av årsklockan.**

Med samma grundidé som version 2, men med ett något annorlunda utseende. Fortfarande det röda färgtemat som är som ljusast i början, men blir mörkare vartefter året går för att illustrera att tiden går framåt. Det som skiljer åt version 3 och 4 är förstas utseendet och att version 4 har samma nyans av röd istället för att växla från ljus till mörkt för att indikera att tiden går framåt.



**Figur 23) Version 5 av årsklockan.**

Här är datumen och deadlines representerade i en cirkel utgjord av sex rutor. Pilar indikerar tidens framfart, och färgtemat är rött och vitt för att passa in med Novias nuvarande utseende.



**Figur 24) Version 6 av årsklockan med två olika varianter.**

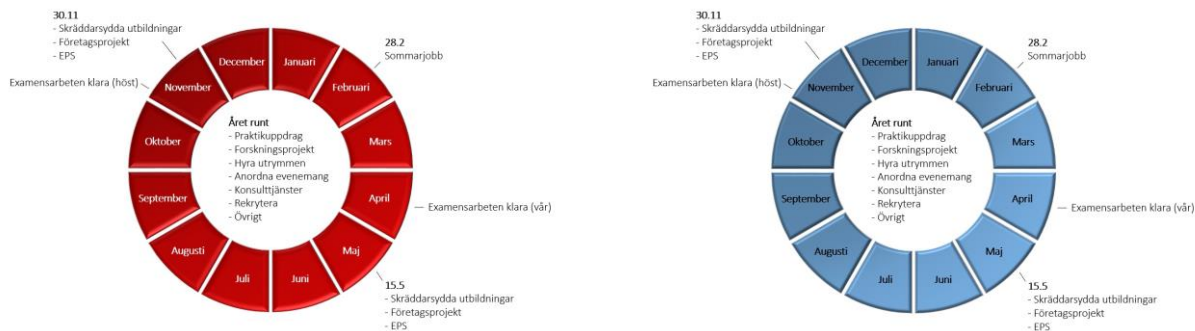
Denna version har två varianter av samma ursprungliga modell. Pilen, liksom på version 1, visar vilken väg tiden går fram, och varje rektangel representerar en egen deadline.



**Figur 25) Version 7 av årsklockan.**

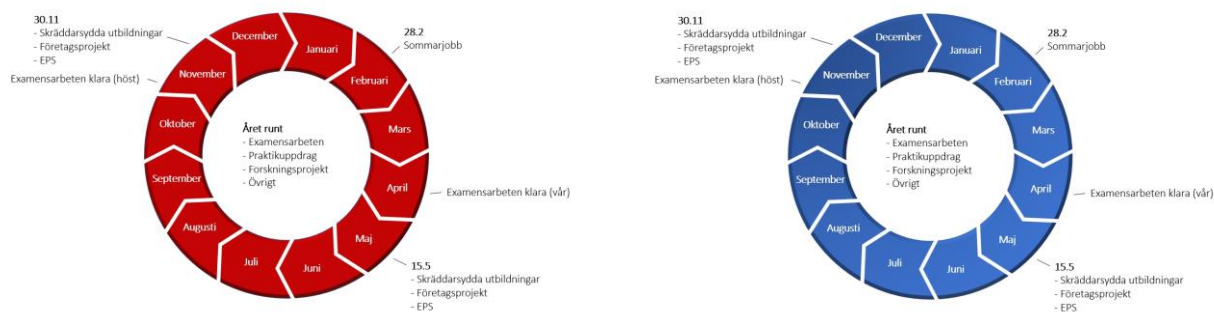
Denna version är lite avvikande från de andra årsklockorna. Högst upp är de tjänster som gäller året runt, och ner till höger är datumen för examensarbeten som ska bli klara under våren och hösten, och till vänster finns de övriga tjänsternas deadlines.





**Figur 26) Version 8 av årsklockan med två olika varianter.**

Enligt den feedback jag fick från de tidigare versionerna av årsklockan bör den innehålla årets alla tolv månader, och dessutom fick den ha andra färgteman än det röda och vita som Novia kan förknippas med. Här är samma modell i rött och blått, och färgen är en aning mörkare runt vintermånaderna för att ge en aning kontrast och känsla av rörelse.



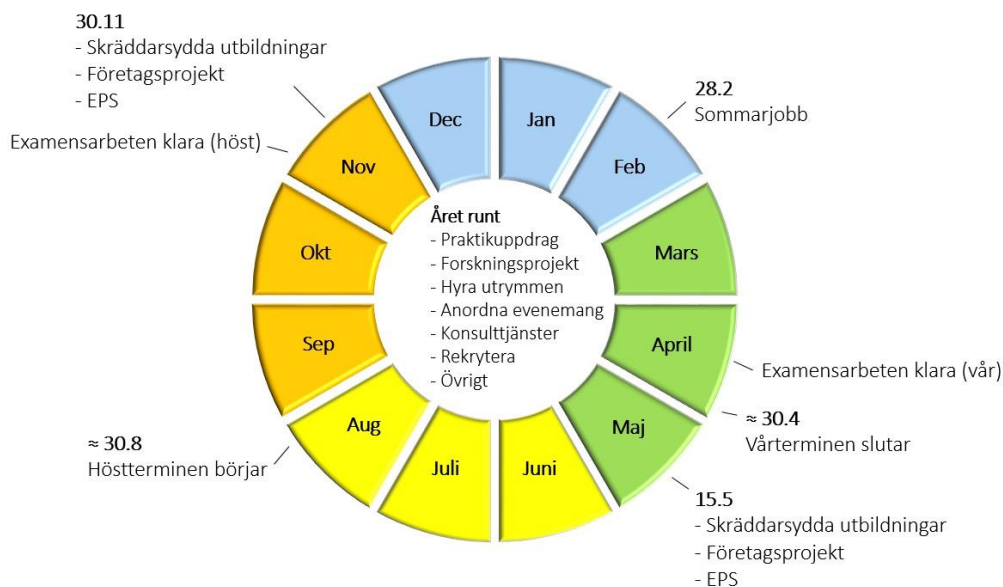
**Figur 27) Version 9 av årsklockan med två olika varianter.**

Version 9 har i princip samma grundtanke som version 8. Den största skillnaden är formen på rutorna, som i denna version har flera hörn och kan uppfattas peka mot nästa ruta och bättre illustrera hur tiden går framåt.



Figur 28) Version 10 och 11 av årsklockan.

Denna version tar grundidén bakom version 8 och 9 vidare. Nu är de olika årstiderna färgkodade; vintern är blå, våren är grön, sommaren är gul, och hösten är orange. Dessutom finns det nu flera tjänster uppräknade under *Året runt* som finns i mitten, jämfört med tidigare versioner. Skillnaden mellan version 10 och 11 är att i version 11 har det tillkommit datum när vårterminen slutar och när höstterminen börjar för de studerande, detta enligt kommentarer från ett tidigare möte angående projektet. Detta ska underlätta för eventuella arbetsgivare och samarbetspartner att planera verksamheten för när Novias studerande är som mest tillgängliga för bland annat sommarjobb och praktik.



Figur 29) Version 12 av årsklockan.

Denna version är densamme som version 11, förutom att namnen på månaderna är förkortade för att bättre passa in i rutorna. Dessutom har datumet för när vårterminen slutar korrigerats och flyttats bakåt från mitten av juni till slutet av april.

## 6.2 Mockup av kontaktformuläret

Kontaktformuläret är en central del av den nya företagstjänsten, eftersom detta är vad företagen kommer att använda för att inleda samarbeten. Den bör vara enkel att använda, tekniskt felfri, och visuellt inbjudande för användaren.



The image shows a mockup of a contact form on the NOVA website. The header includes the NOVA logo and navigation links: UTBILDNING, FORSKNING, FÖRETAGSTJÄNSTER, BIBLIOTEK, OM OSS, and KONTAKTA OSS. There are also links for 'FÖLJ OSS' and 'SÖK'. The main content area features a large image of a crowd of people. Below the image is a form with the following fields: 'Orsak till kontaktbegäran' (a large text area), 'För- och efternamn', 'E-post', 'Telefonnummer', and 'Företag/Organisation'. At the bottom of the form are three buttons: 'Tillbaka', 'Tom alla fält', and 'Skicka'.

*Figur 30) Detta är den första versionen/mockupen kontaktformuläret. (UXPin, u.d.)*

Detta var den första versionen av en mockup av kontaktformuläret jag gjorde. Till detta använde jag applikationen UXPin. Enligt den första rundan av återkoppling fick jag rådet att göra kontaktformuläret mera personligt och med mera text som förklarar, med Kungliga Tekniska Högskolans kontaktformulär som särskilt bra exempel.

Logga in

< Näringsliv och samhälle

**Kontakta oss**

Vi hjälper dig rätt

Prenumerera på utskick

Så här behandlar vi personuppgifter

## Kontakta oss

Vi hjälper dig bland annat med rådgivning kring strategiska samarbeten med KTH, förmedling av kontakter med forskare och lärare samt information om projektuppdrag och examensarbeten.

I formuläret nedan kan du ställa en fråga, presentera ett problem eller få mer information om vem du ska vända dig till.

För frågor som rör **internationella samarbeten** inom utbildning vänligen kontakta [info@kth.se](mailto:info@kth.se)

Medarbetare

**Kontaktformulär**

Jag vill ha mer information

Jag har ingen fråga, men jag vill gärna få information om näringslivssamarbeten hos KTH

Jag tror att min fråga/mitt problem rör:

Välj...

Min fråga/Mitt problem

För- och efternamn

Topp

**Figur 31) Detta är kontaktformuläret på Kungliga Tekniska Högskolans företagstjänst. (Kungliga Tekniska högskolan, 2021)**

Till skillnad från min första mockup ger detta kontaktformulär ett mera personligt intryck och man kan känna sig säkrare på att det finns en människa bakom formuläret som kommer att ge svar på ens kontaktbegäran. Förutom fälten där man fyller i själva informationen finns även mera text som förklarar, och där finns även en annan e-post adress till vilken man direkt kan skicka meddelanden.

Vill du samarbeta med oss eller rekrytera en av våra studerande? Nätverka med oss, ställ en fråga, eller ta reda på vilka möjligheter ett partnerskap med Viteshögskolan Nova kan innebära för ert företag eller organisation.

Vi ser till att din förfrågan når rätt person. Fyll bara i fälten nedan så svarar vi på ert meddelande så fort som möjligt. Tag kontakt redan idag!

Namn

E-post

Telefon

Företag / Organisation

Förfrågan / Meddelande

Tillbaka Töm alla fält Sicka

Växel tfn (06) 328 5000  
Fax (06) 328 5110

Har du frågor om vår karriärtjänst? Ta kontakt med kommunikationschef  
Jenny Svartsgård | [jenny.svartsgard@nova.fi](mailto:jenny.svartsgard@nova.fi) | 050 561 7803

Vid frågor om forskning, utveckling och innovation, eller FUU kontakta informator  
Caroline Lång | [caroline.lang@nova.fi](mailto:caroline.lang@nova.fi) | 050 470 6592

**Figur 32) Den andra versionen av kontaktformuläret.**

Detta är den andra versionen av kontaktformuläret, och denna gång gjorde jag den i Microsoft Powerpoint eftersom det är lite lättare att arbeta med och dessutom hade min kostnadsfria version av UXPin verktyget hunnit gå ut vid det här laget. Enligt den senaste återkopplingen hade jag satt in lite mera text och övriga uppgifter förutom själva informationsfälten som ger sidan ett mera personligt intryck. Kontaktuppgifterna till kommunikationschefen och informatören, samt Novias telefonväxel och fax, hade jag hittat direkt från Yrkeshögskolan Novias hemsida.

Under möten angående projektet har vi diskuterat logiken bakom vem som berörs av kontaktformuläret; det vill säga vem som nås av meddelandet när besökaren lämnar in en förfrågan på hemsidan. De alternativ som togs upp var att antingen ha en delad e-post där flera personer har tillgång, eller att en person vidarebefordrar meddelanden till den som främst kan svara på förfrågan - och vem det är avgörs från fall till fall. Det som vi kom fram till under våra möten var att det vore enklare med en person som har ansvaret för att vidarebefordra förfrågningarna till rätt person, eftersom en delad e-post kan bland annat lätt leda till oklarheter angående vem som svarar på vilka förfrågningar och att det kan isåfall även lätt glömmas bort att kolla igenom meddelanden tillräckligt ofta.

## 6.3 Mockup av hemsidan

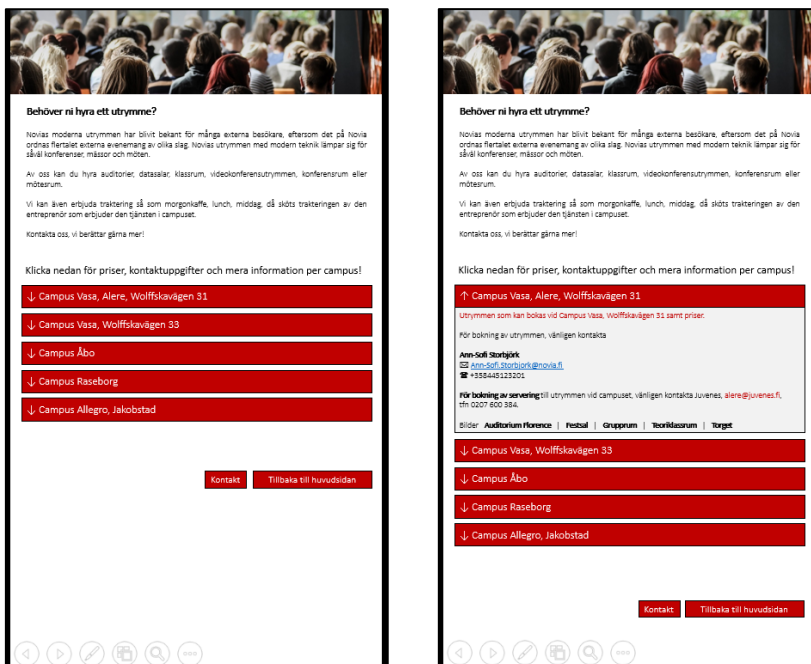
I det här avsnittet kommer jag att redogöra för de första versionerna av mockupen på hemsidan och hur de första skeden av utvecklingen såg ut. Den sista versionen kommer att finnas i kapitel 7; Resultat.

### Version 1



*Figur 33) Den första versionen av mockupen på hemsidan.*

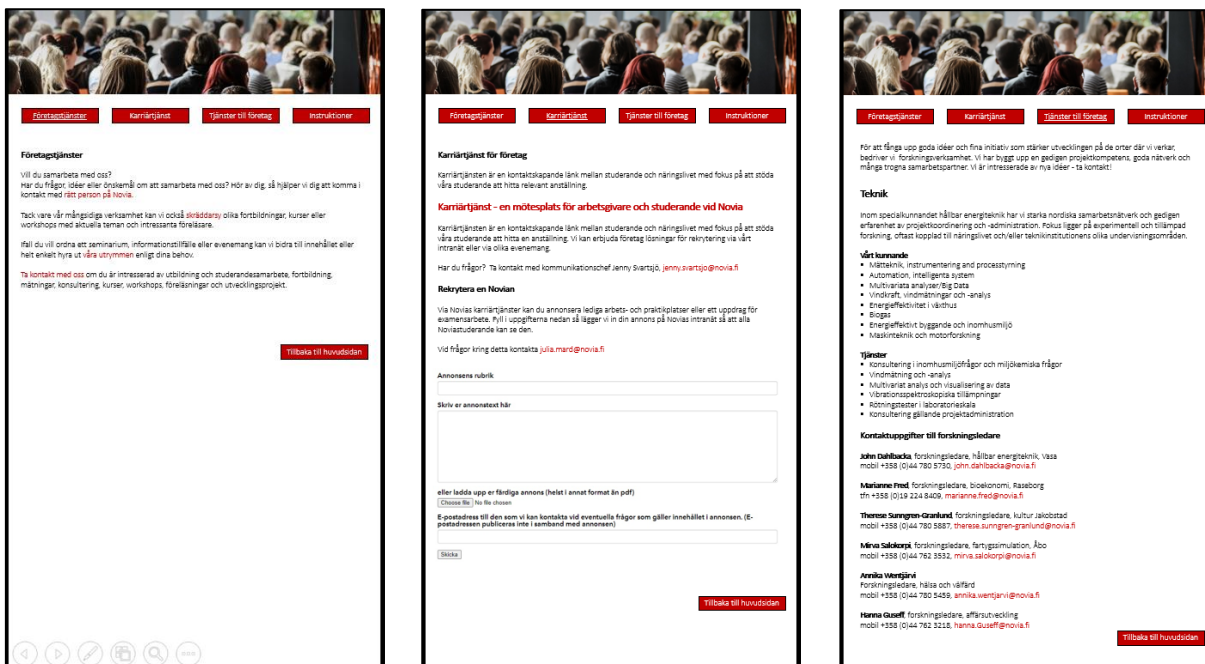
Den första versionen hade endast en sida och ett begränsat antal tjänster. Tjänsterna på denna version var i princip desamma som på den ursprungliga hemsidan som skulle förbättras, och i senare versioner kommer de tjänster som uppmärksammats under prestandamätningen också att tilläggas. Årsklockan är också den första versionen som gjordes i början av projektet.



Figur 34) "Hyra ett utrymme" fliken.

Kontaktformuläret och sidorna *Hyra ett utrymme* och *Alumnverksamhet* är i princip desamma som i senare versioner, med den största skillnaden på sidorna *Företagstjänster* och *Vi utbildar din personal*. Tanken bakom *Hyra ett utrymme* fliken är att de olika campusen är uppräknade och användaren klickar på ett campus för att visa mer information om just det campus, istället för att ha all information synlig från början. Detta kan göra det svårare för besökaren att hitta exakt det hen söker efter och bli överväldigad av irrelevant information.

Det som ändrades i *Vi utbildar din personal* är att de praktiska exemplen på tidigare företagskurser istället bakades in med resten av informationen genast när man klickar in på den tjänsten, istället för att befinna sig på en separat sida som i denna första version. Det går tillbaka på tumregeln på att försöka reducera antalet musklick för att hitta den relevanta informationen man är ute efter, samt att det ökar sannolikheten för att en genomsnittlig användare kanske missar den informationen helt och hållet.

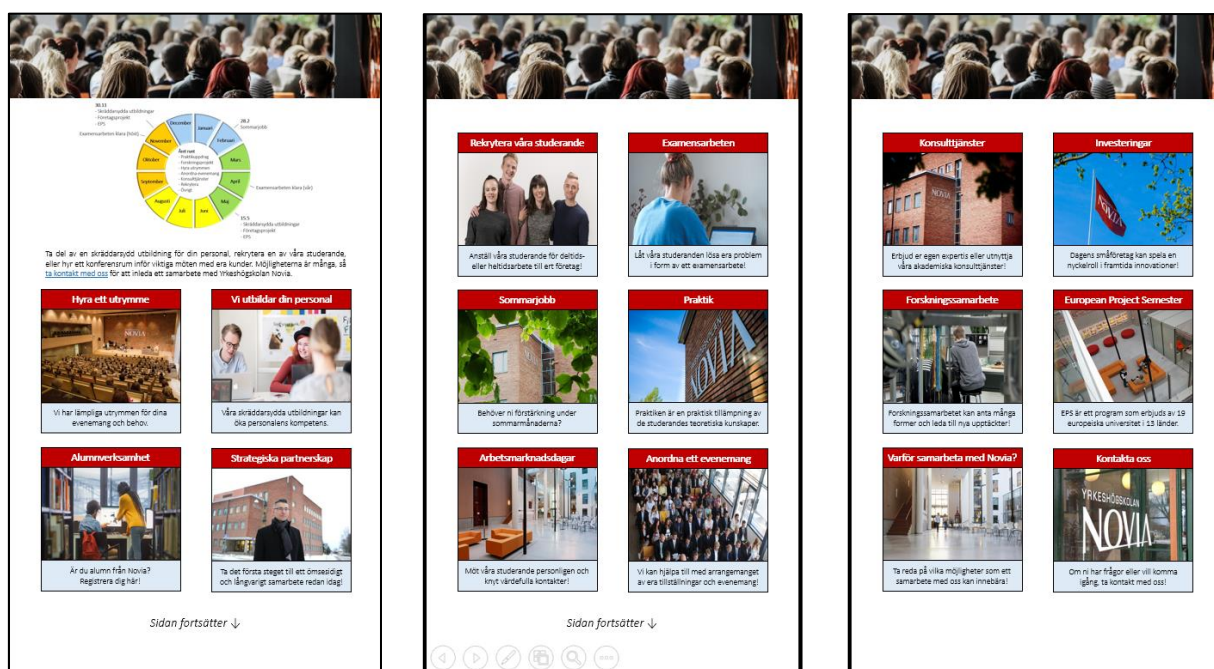


Figur 35) Fliken "Företagstjänster" på den första versionen av hemsidans mockup.

Själva informationen som fanns under denna flik var det samma som redan fanns på den ursprungliga hemsidan. Tanken bakom utformningen på denna flik var att användaren kunde använda sig av de fyra röda knapparna; *Företagstjänster*, *Karriärtjänst*, *Tjänster till företag* och *Instruktioner*, för att navigera sig fram till det de söker efter. Detta diskuterades och sen också slopades i senare versioner eftersom det kunde vara oklart till exempel vad exakt skillnaden mellan *Företagstjänster* och *Tjänster till företag* är som det hade varit på den ursprungliga hemsidan, och det var sådana här saker som borde förtydligas i senare versioner av hemsidans mockup. Teorin menar att något av det viktigaste för användarvänligheten av en hemsida är att besökarna vet var de befinner sig i förhållande till den stora helheten, och att otydligheter som detta skulle bidra till en mindre trevlig och smidig användarupplevelse av företagstjänstens hemsida.



## Version 2

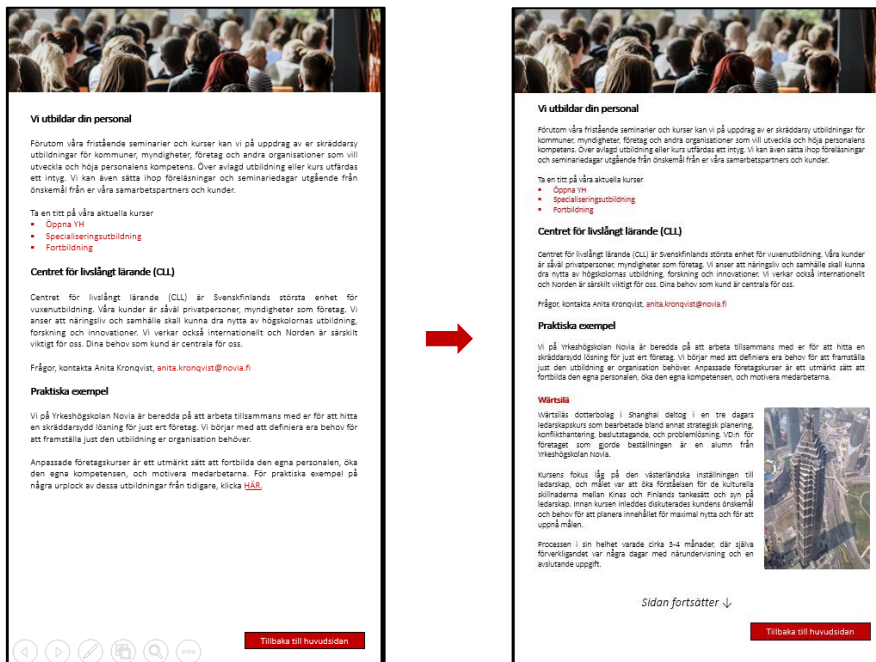


Figur 36) Framsidan på den andra versionen av hemsidans mockup.

Till skillnad från den första versionen har framsidan nu många flera alternativ och tjänster att välja mellan, samt en ny årsklocka. För att illustrera i mockupen att på den riktiga hemsidan skulle användaren scrolla ner med musen har jag märkt ut nere på sidan att *Sidan fortsätter* med en pil nedåt för att påvisa detta. De tjänster som lades till på denna version var inspirerade av prestandamätningen med de internationella och andra finländska högskolors och universitets tjänster, och sedan diskuterade vi på våra möten med projektgruppen hur det bäst lämpar sig för just Yrkeshögskolan Nova att förverkliga dessa rent praktiskt.

Flikarna för *Hyra ett utrymme*, *Vi utbildar din personal*, och *Alumnverksamhet* följde med från den första versionen, med vissa relativt små förändringar och uppdateringar enligt feedback från projektgruppen, och fliken *Företagstjänster* lämnades bort i denna version. Nya flikar inkluderar *Strategiska partnerskap*, *Rekrytera våra studerande*, *Examensarbeten*, *Sommarjobb*, *Praktik*, *Arbetsmarknadsdagar*, *Anordna ett evenemang*, *Konsulttjänster*, *Investeringar*, *Forskningsarbete*, *European Project Semester*, samt *Varför samarbeta med Nova?*.

Under våra möten med projektgruppen efter den första versionen, kom vi överens om att lägga till sådana tjänster som jag har sett under prestandamätningen med de finländska och internationella högskolorna och universitet, samt övriga tjänster som kunde tänkas vara relevanta och i praktiken genomförbara för Novia.



**Figur 37) Fliken "Vi utbildar din personal". Till vänster den första versionen, till höger den andra versionen.**

Fliken *Vi utbildar din personal* från den första versionen uppdaterades så att de praktiska exemplen från tidigare skraddarsydda företagskurser fick direkt synlighet, istället för att vara gömd bakom en länk på den första sidan. Detta ökar sannolikheten att de flesta användare som navigerar på sidan tar del av de tidigare kurserna som Novia har ordnat för diverse företag.



**Datum och deadlines**

Utskottet för Nova strävar efter att vara flexibla för att möta företagens behov vid inledandet och upprätthållandet av framgångsrika samarbeten med näringslivet, så tag alltid kontakt om ni har förfrågningar även efter sista datum.

**Förtöpande året runt**

- Praktikuppdrag
- Examensarbeten
- Forskningsprojekt (Forskningsamarbete)
- Sponsring / Innehållningar / Donationer
- Anordning av evenemang
- Arbetsmarknadsdagar
- Utlysning av utrymmen
- Rekrytering av studerande
- Konsulttjänster
- Strategiska partnerskap
- Övriga samarbeten

**28.2**

- Sommarjobb

**April månad**

- Uppdrag för praktisk och examensarbeten kan lämnas in förtöpande året runt, men för de arbeten som onödas bli färdiga till våren bör slutföras senast inom april månad.

**15.5**

- European Project Semester (EPS)
- Särskild utbildning av företagets anställda
- Kurser med integrerade företagsprojekt

**November månad**

- Uppdrag för praktisk och examensarbeten kan lämnas in förtöpande året runt, men för de arbeten som onödas bli färdiga till hösten bör slutföras senast inom november månad.

**30.11**

- European Project Semester (EPS)
- Särskild utbildning av företagets anställda
- Kurser med integrerade företagsprojekt

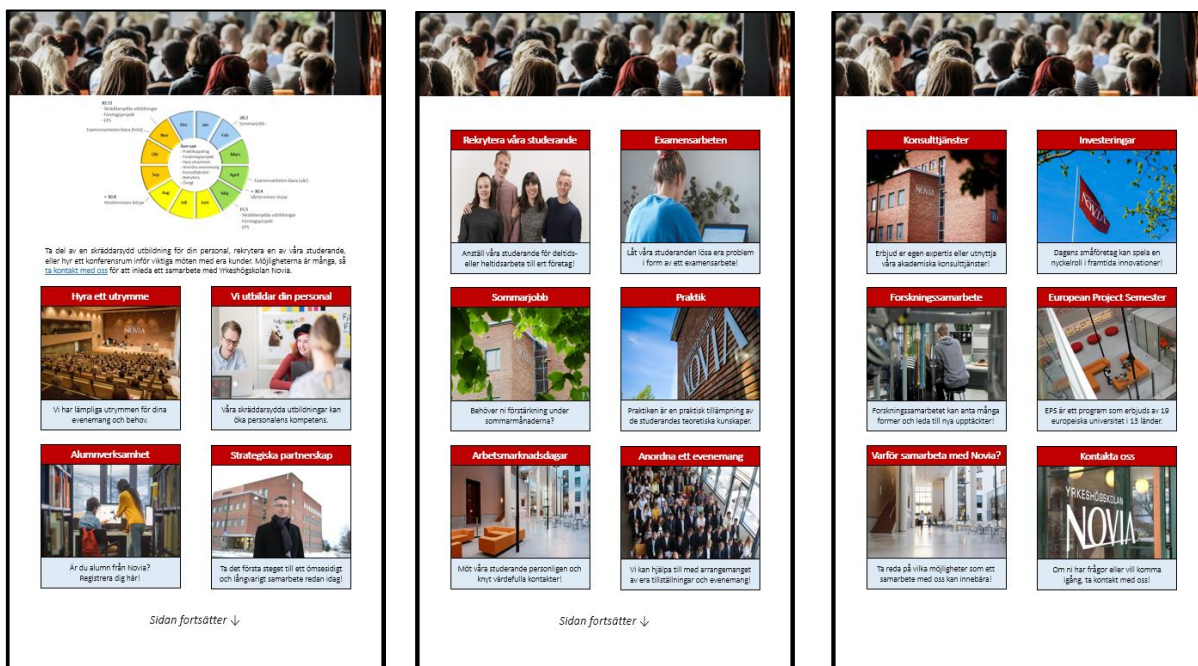
[Kontakt](#) [Tillbaka till huvudsidan](#)

**Figur 38) Datum och deadlines från en länk via årsklockan.**

Det som också ändrades i den andra versionen var att genom att klicka på årsklockan dirigeras användaren till en sida med de nödvändiga datum och deadlines som är viktiga för både företagen och skolan. Samma sida kunde även hittas via kontaktformuläret och fliken *Varför samarbeta med Novia?* som redogör för några fördelar med samarbete mellan yrkeshögskolor och arbetslivet.

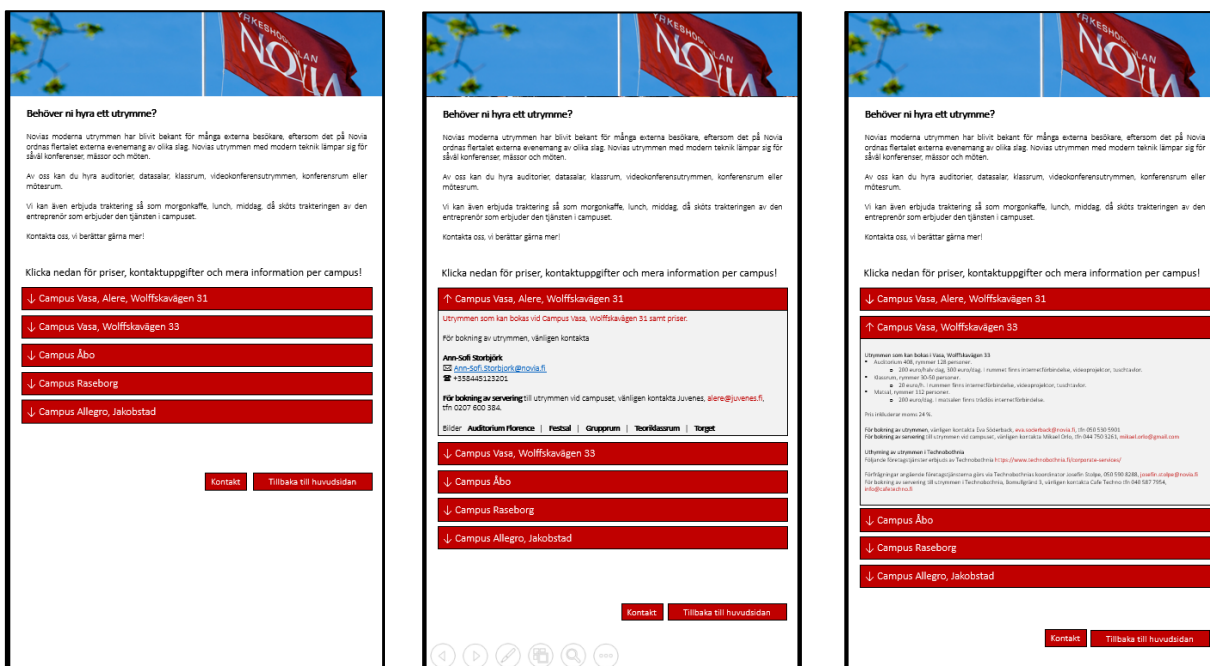
## 7 Resultat

Den slutgiltiga versionen som är mitt förslag på den nya hemsidan för företagstjänsterna är den tredje versionen. I stora drag är den lik den andra versionen, men med sådana ändringar som har konstaterats vara nödvändiga under diskussioner med projektgruppen och övriga personer åt vilka som mockupen har blivit presenterade.



Figur 39) Framsidan på den tredje versionen av hemsidans mockup.

På detta vis såg framsidan ut på den sista versionen av hemsidans mockup. Skillnaden från version två är väldigt liten förutom att årsklockan har fått en väldigt liten justering, men bortsett från det så är det i princip samma framsida som i version två av mockupen. En annan förändring är att uppe på sidorna har webbsidebanderollen också fått nytt utseende från sida till sida istället för samma bild på varje undersida, och dessa har kommit från redan existerande undersidor på Yrkeshögskolan Novias hemsida.



Figur 40) Fliken "Hyra ett utrymme".

Den allmänna idén bakom fliken där besökaren kan välja mellan utrymmen i de olika campusen har ändrats väldigt lite sedan den allra första versionen. Campusen i Vasa, Jakobstad, Raseborg, och Åbo är alla uppräknade och besökaren kan klicka in på det campus de är intresserade av, och först då visas mera information om priser och tillgängliga utrymmen och utrustning. Detta är för att användaren inte ska överväldigas av alltför mycket information som hen inte behöver, och således på ett enkelt sätt kunna ta till sig av endast det campus som är relevant för just kundens behov i det skedet. Till exempel; en kund som befinner sig i Vasa och vill veta mera om utrymmen i Novias campus i hans närområde är knappast intresserad av information om campusen i Åbo eller Raseborg, eller tvärtom för en kund som befinner sig i södra Finland.

Genom att klicka en gång på ett campus avslöjas informationen, och klickar man en gång till på samma campus döljs informationen igen. I PowerPoint är man begränsad till att öppna endast ett campus åt gången, om man inte gör separata bilder för varje tänkbart scenario, men på den verkliga hemsidan bör man också kunna öppna informationen för t.ex. campusen i Jakobstad och Åbo samtidigt utan problem.



**Vi utbildar din personal**

Förutom våra fristående seminarier och kurser kan vi på uppdrag av er skräddarsy utbildningar för kommuner, myndigheter, företag och andra organisationer som vill utveckla och höja personalens kompetens. Över anpassad utbildning eller kurs utformas ett intryck. Vi kan även sätta ihop föreläsningar och seminarier utgående från ert utvald från er våra samarbetspartners och kunder.

En titt på våra aktuella kurser

- Öppna YH
- Specialiseringsutbildning
- Fortbildning

**Centret för livslångt lärande (CLL)**

Centret för livslångt lärande (CLL) är Sveriges största enhet för vuxenutbildning. Våra kunder är såväl privatpersoner, myndigheter som företag. Vi anser att näringsliv och samhälle skall kunna dra nytta av högskolans utbildning, forskning och innovationer. Vi verkar också internationellt och Norden är särskilt viktigt för oss. Dina behov som kund är centralt för oss.

Frågor: kontakta Anna-Karin Jansson: [anna.karin.jansson@novia.fi](mailto:anna.karin.jansson@novia.fi)

**Praktiska exempel**

Vi på Vrhögskolan Novia är beredda på att arbeta tillsammans med er för att hitta en skräddarsydd lösning för just ert företag. Vi börjar med att definiera era behov för att framställa just den utbildning er organisation behöver. Anpassade företagskurser är ett utmärkt sätt att förbilda den egna personalen, öka den egna kompetensen och motivera medarbetarna.

**Mänsklig**

Mänskliga döttersbolag i Shanghai deltog i en tre dagars ledarskapskurs som bearbetade bland annat strategisk planering, konfliktlösning, beslutsfattande och problemlösning. VD:n för företaget som gjorde besökningen är en alum från Vrhögskolan Novia.

Kursens fokus låg på den västerländska inställningen till ledarskap, och målet var att öka förståelsen för de kulturella skillnaderna mellan kines och finsländskt ledarskap och syn på ledarskap. Innan kursen inleddes diskuterades kundens önskemål och behov för att planera innehållet för maximal nytta och för att uppnå målet.

Processen i sin helhet varade cirka 3-4 månader där själva förberedandet var några dagar med närundervisning och en avslutande uppgift.



Sidan fortsätter ↓

[Tillbaka till huvudsidan](#)



**Fresh Servant**

Sedan kursen för arbetstiderna på Fresh Servant har företaget hunnit växa markant och är idag en stor arbetsgivare i regionen. Kurserna utformas baserat på de olika arbetsledning och de medarbetare som fortfarande var på väg att ta det nästa steget till ledarskap i sina läroplaner.

Med det övergripande temat arbetsledning behandlades även bla. teamdynamik, konflikter & krishantering, personalförhållanden och effektiv tidshandling. Kursen bestod av 6 tillfällen av närundervisning med tillhörande övningsuppgifter.

**Mirka**


Novias företagskurser utformas alltid på basis av kundens specifika behov och problemställningar. Mirkas anställda fick ta del av en kurs inom artificiell intelligens och maskininläring, där samarbetet fortsätter ännu idag med nya projekt. Förutom att stärka existerande relationer ger dessa fortbildningar möjligheten att utöka det egna nätverket för framtiden.

Kursen bestod av sammanlagt 6 dagars närundervisning och behandlade bland annat kvalitetskontroll och prediktiv underhåll. Fortbildningarna kan ordnas både i kundens egna utrymme för att förankra undervisningen i den egna miljön, alternativt i skolans utrymme vid behov eller enligt önskemål.



Sidan fortsätter ↓

[Tillbaka till huvudsidan](#)



**Mirka**

Novias företagskurser utformas alltid på basis av kundens specifika behov och problemställningar. Mirkas anställda fick ta del av en kurs inom artificiell intelligens och maskininläring, där samarbetet fortsätter ännu idag med nya projekt. Förutom att stärka existerande relationer ger dessa fortbildningar möjligheten att utöka det egna nätverket för framtiden.

Kursen bestod av sammanlagt 6 dagars närundervisning och behandlade bland annat kvalitetskontroll och prediktiv underhåll. Fortbildningarna kan ordnas både i kundens egna utrymme för att förankra undervisningen i den egna miljön, alternativt i skolans utrymme vid behov eller enligt önskemål.

**Kom igång**

Om detta låter som något för ert företag, ta kontakt redan nu för att komma igång med processen! För kurser som realiserats på hösten bör ansökan lämnas in senast 15.9, och för kurser som realiserats på våren bör lämnas in senast 30.11.

**Inkluderas i ansökan följande uppgifter:**

- Kort presentation av företaget eller organisationen
- Kort beskrivning av företags utmaningar eller problem
- När läst eller önskad slutresultat
- Kontaktuppgifter och ansvarspersoner

Namn

E-post

Titel

Företag / Organisation

Förfrågan / Meddelande

[Tom alla fält](#) [Skicka](#)

Anna-Karin Jansson  
Utvvecklare / Business Developer  
[anna-karin.jansson@novia.fi](mailto:anna-karin.jansson@novia.fi)  
+35863285032  
+358504725032

[Tillbaka till huvudsidan](#)

Figur 41) Fliken "Vi utbildar din personal".

Denna sida är för de kunder som har behov av skräddarsydda företagskurser. Uppå sidan i början finns länkar till Öppna YH, specialiseringsutbildning, och fortbildning. Istället för att ha de praktiska exemplen bakom en länk finns de nu framme, och kommer före kontaktformuläret. Exemplet på tidigare kurser på denna sida kommer från Wärtsilä, Fresh Servant, och Mirka.



**Är du alum från Novia?**

Då är du välkommen med i vår alumnverksamhet! Via verksamheten blir du en del av vårt expertnätverk. Du får tillgång till aktuell information samt även information om fortbildning och kompetensutveckling här på vår webbsida.

Alumnverksamheten ger dig också möjlighet dels att upprätthålla de kontakter du knöt under studietiden, dels att bredda ditt nätverk genom helt nya kontakter. Även utbytestuderenter vid Novia är välkomna att ansluta sig till Novias alumnbrev. Genom dina erfarenheter av lokal yrkeshögskola som yrkesliv, kan du kan hjälpa oss att utveckla våra utbildningar. Om du så önskar, får du även möjlighet att dela med dig av ditt kunskande till dagens studenter. Vi vill behålla kontakten med dig!

**Engagera dig som alum**

Du som är alum är mycket värdefull för Vrhögskolan Novia - alumnerna är våra största ambassadörer! Vill du hjälpa till att utveckla våra utbildningar och ge blivande och nuvarande studenter en inblick i livet efter studerna?

**Registrera dig**

Du kan gå in och registrera dig i vårt elektroniska nätverk för alumner <https://alumni.novia.fi/>

**Gästföreläsare eller boka till ditt företag där du arbetar**

Vill du vara gästföreläsare vid Novias Masterklass för samtligt ditt företag till våra studenter? Det ger även dig som alum en möjlighet att reflektera över sin karriär och dela med sig av sina erfarenheter.

**Ta emot studiebesök**

Många utbildningar och studerandeföreningar ordnar studiebesök hos företag, myndigheter och organisationer. Vill du ta emot studenter och visa upp verksamheten på din arbetsplats?

**Som medlem i alumnbrevet:**

- Kan du rekrytera studenter via Novias karriärportal för företag
- Kan du bekräfta examenstatus och utbildningsvägar
- För du själv att arrangera träffar med dina Novia studiekompar
- Kan du behålla kontakten med dina studiekompar och skapa nya värdefulla arbetsvillkor
- För du information om evenemang, fortbildningsmöjligheter och forsknings- och utvecklingsprojekt
- Kan du ställa upp som expert eller föreläsare på seminarier och kurser
- Kan du marknadsföra ditt företag genom att ta emot besök av våra studerandegrupper

**Andra förmågor**

Du har kanske andra tankar och idéer om hur du vill engagera dig? Hör gärna av dig till oss och berätta!

**Har du studerat vid Vrhögskolan Novia eller dess föregångare?**

Vem är Novia alum?

Novias alumnverksamhet är ett professionellt och socialt nätverk för alla som har studerat och utexaminerats från Vrhögskolan Novia och dess föregångare.

**Dataskyddsförordningen GDPR**

Vrhögskolan har ett strikt personregister som hanteras i enlighet med dataskyddsförordningen, GDPR:s krav på säkerhet. Vi arbetar i enlighet med rutiner som stöder sig på högskolans kvalitetsledningssystem.

**Hantering av personuppgifter för personer som vill vara med i Novias alumnbrev**

De personuppgifter som du lämnar i samband med registrering i alumnbrevet är kontaktuppgifter, relationen till Novia och kopplingen till föregångare inom alumnbrevet, personregister, studier och karriäruppgifter. Personuppgifterna behandlas i enlighet med dataskyddsförordningen GDPR.

Novia är personuppgiftsansvarig. Kontakt med berörddes för att behålla kontakten och utveckla relationen med yrkeshögskolan och dess alumner och att kunna kommunicera med dessa via utskick och möten. För detta behövs vi tillgång till aktuell kontaktuppgifter, inklusive e-postadress. Medlemskapet gäller tills du själv väljer att utträda.

[Kontakt](#) [Tillbaka till huvudsidan](#)

Figur 42) Fliken "Alumnverksamhet".

Denna sida har också ändrats väldigt lite sedan den första versionen. Den information som finns här är i princip densamma som fanns på den ursprungliga hemsidan, eftersom där inte fanns väldigt mycket att tillägga eller ändra. Sidan för alumnverksamhet är främst ämnad för sådana personer som tidigare avlagt examen vid Yrkehögskolan Novia och som också i fortsättningen vill engagera sig med nya studerande.

**Strategiska partnerskap**

Yrkehögskolan Novias långsiktiga samarbete med externa samarbetspartners manifesteras i långsiktiga partnerskapsavtal med valda aktörer. Novias nätverk av strategiska samarbetspartner består av:

- Ramböll Finland Oy
- Luke (Naturkuruminstitutet)
- Finlands mjölkcentral
- Wärtsilä Finland Oy
- Kivimäki
- Oso Oy Ab
- Vasa centralsjukhus
- Åbo Svenska Teater

**WÄRTSILÄ** **Luke** **RAMBÖLL**

**SYKE** **MIRKA** **cftec**

Vasa centralsjukhus ÅBO SVENSKA TEATER

Strategiska partnerskap är ett utmärkt sätt att dela med sig av sin egen erfarenhet, kompetens och expertis, samt för att uppnå gemensamma mål som ställs upp inom ramar för samarbetet. Yrkehögskolan Novia har bred erfarenhet från detta typ av samarbete med många olika organisationer inom ett flertal industrier, och kan tillsammans med ett företag fortsätta utvecklas samt driva innovationer och regions konkurrenskraft framåt i en positiv riktning.

Sidan fortsätter ↓ [Tillbaka till huvudsidan](#)

**Strategiska partnerskap**

Strategiska partnerskap är ett utmärkt sätt att dela med sig av sin egen erfarenhet, kompetens och expertis, samt för att uppnå gemensamma mål som ställs upp inom ramar för samarbetet. Yrkehögskolan Novia har bred erfarenhet från detta typ av samarbete med många olika organisationer inom ett flertal industrier, och kan tillsammans med ett företag fortsätta utvecklas samt driva innovationer och regions konkurrenskraft framåt i en positiv riktning.

**Kurser med företagscase**

I vår läroplan strävar vi efter att anknytta undervisningen till arbetslivet genom att bland annat bearbeta verkliga fall och lösa problem från lokala företag, men också bjuda in representanter från företag för att hålla gästföreläsningar och även delta i kurserna på andra sätt. På så vis får våra studerande en viss erfarenhet och kännedom om hurdana problem och utmaningar som man kan stöta på efter avslutade studier, samtidigt som de lär sig hur man på bästa sätt kan lösa dessa i samarbete med företagen.

Följande kurser har för tillfället utrymme att inkludera exempel på verkliga utmaningar och problem från arbetslivet inom just ett företag, vars sig problemet är redan löst eller om ni vill bolla idéer med våra studerande, så tag kontakt redan nu för att diskutera nästa steg!

- Elinstallationsplanering
  - Utbildning i el- och automationsteknik
- Energiutsläppsvärdering
  - Utbildning i byggnads- och samhällsteknik
- Produktionsledning
  - Utbildning i maskin- och produktionsteknik

Sidan fortsätter ↓ [Tillbaka till huvudsidan](#)

**Kom i gång**

Det är aldrig för sent att inleda samarbete med Yrkehögskolan Novia! Ta det första steget redan idag genom att ta kontakt med oss, så hör vi av oss för att diskutera nästa steg.

**Inkludera följande uppgifter:**

- Kort presentation av företaget/organisationen
- Kort- och långsiktig
- Kontaktuppgifter och ansvarspersoner

Förfrågningar kan skickas in fortlöpande året runt!

**Formulär**

Namn

Position

Titeln

Företag / Organisation

Förfrågan / Meddelande

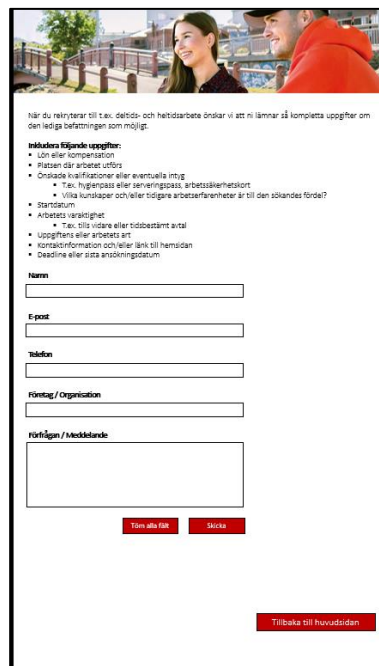
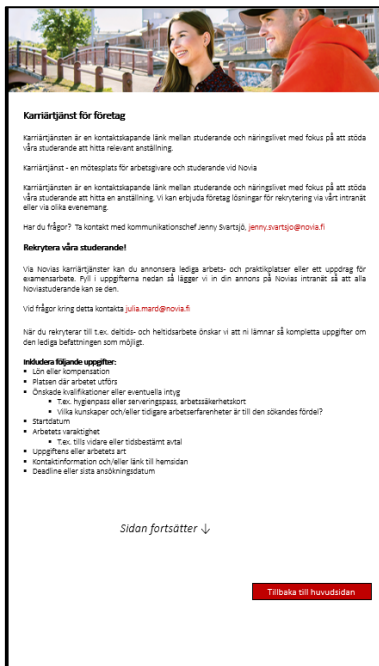
[Töm alla fält](#) [Sicka](#)

Orjan Andersson  
Rektor  
Orjan.Andersson@novia.fi  
+35843285100  
+358505272286

[Tillbaka till huvudsidan](#)

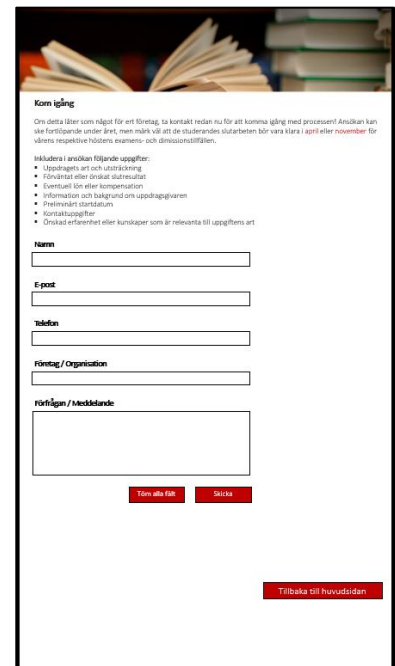
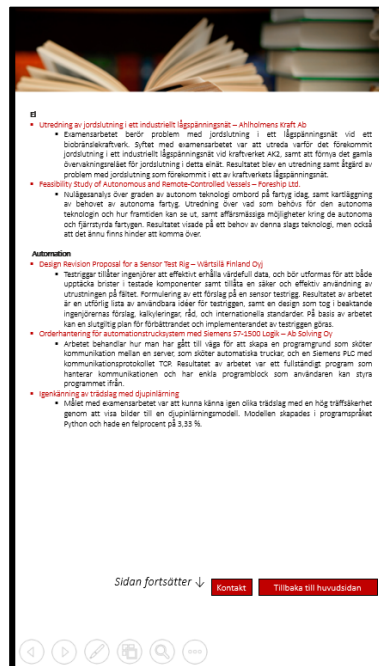
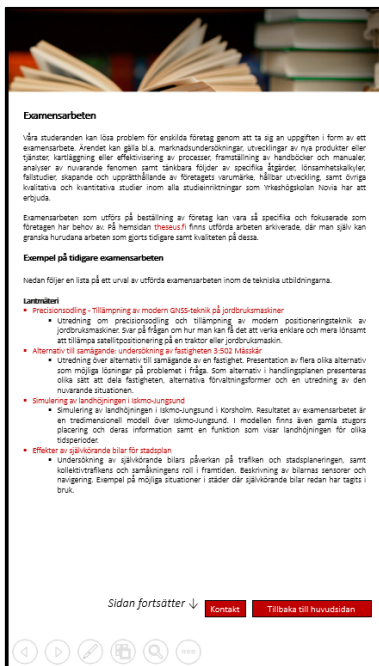
Figur 43) Fliken "Strategiska partnerskap".

De strategiska partnerskapen är viktiga för både Novia och dess samarbetspartners, och man visar gärna upp vem man samarbetar med genom att länka till deras egna hemsidor och presenterar deras företags loggor. Signalen detta kan sända till andra företag är att ett samarbete med Novia kan på sätt och vis lyfta upp det egna företaget till samma nivå som andra stora etablerade företag som t.ex. Wärtsilä och Mirka, samt att det egna företaget får synlighet i samma kontext och på så vis också ökar den egna trovärdigheten. Här på samma sida finns även exempel på några av skolans kurser som bjuder in företag att bidra i undervisningen med riktiga fallstudier med förankring i närområdet och det närliggande arbetslivet där de flesta studerande kommer att börja jobba efter examen.



Figur 44) Fliken "Rekrytera våra studerande".

Denna sida är ämnad för företagskunder som är intresserade av att rekrytera Novias studerande för arbetsförhållanden annorlunda än tillfälliga sommarjobb och praktikplatser, vilket innebär till exempel deltids- eller heltidsjobb. Informationen om lediga jobb förmedlas senare vidare till de studerande.

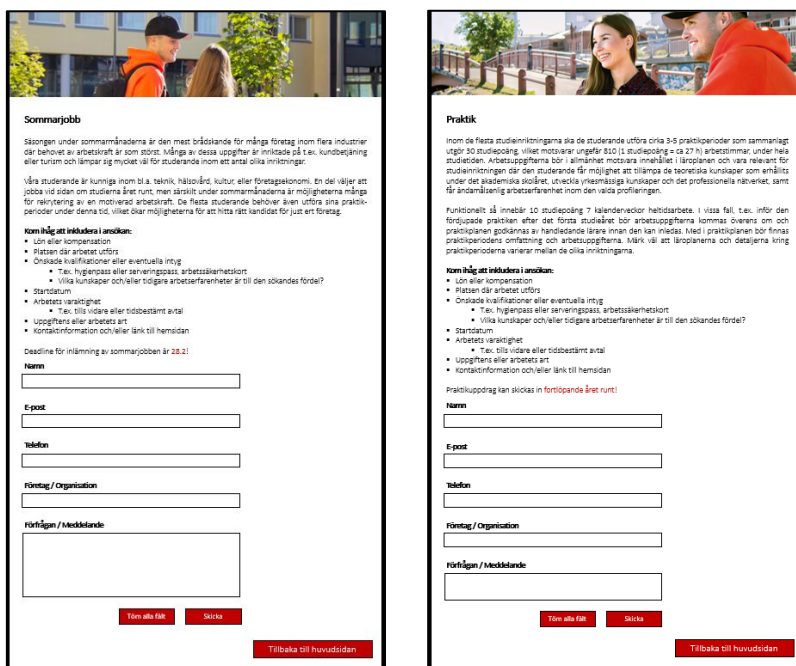


Figur 45) Fliken "Examenarbeten".



Sidan för examensarbeten är till för att öka kännedomen av hur de studerande kan hjälpa företag genom att lösa diverse problem eller förbättra existerande processer eller produkter i form av ett examensarbete. På sidan finns tidigare exempel på utvalda examensarbeten inom områdena lantmäteri, el och automation, IT, bygg, produktionsekonomi, samt Industrial Management and Engineering (Högre YH). Dessa exempel är till för att tjäna som inspiration för företag som visar praktiska exempel på vad studerande har tidigare presterat för andra företag, och hurudana möjligheter det kan finnas för det egna företaget genom att bjuda in andra studerande att göra sina examensarbeten som ett beställningsarbete.

Många arbetsgivare kanske inte minns från den egna studietiden eller är medvetna om hurudana uppgifter som är lämpliga för ett examensarbete. När denna sida utvecklas och kompletteras med de övriga studieinriktningarna kan detta tjäna som en viktig inspirationskälla för att ta det första steget.



The image shows two side-by-side screenshots of web forms. The left form is titled 'Sommarjobb' and the right form is titled 'Praktik'. Both forms have a header image showing a person in a red jacket talking to a woman. The forms contain text explaining the opportunity, a list of requirements, and a registration form with fields for name, email, phone, company, and a file upload for a CV. At the bottom of each form are buttons for 'Tänns alla fält', 'Skicka', and 'Tillbaka till huvudsidan'.

**Sommarjobb**

Stårngen under sommarmånaderna är den mest brådskande för många företag inom flera industrier där behovet av arbetskraft är som störst. Många av dessa uppgifter är inriktade på t.ex. kundbemötning eller turism och lämpar sig mycket väl för studerande inom ett antal olika inriktningar.

Våra studerande är kunniga inom bl.a. teknik, hälsovård, kultur eller företagsekonomi, en del väljer att jobba vid sidan om studierna året runt, men särskilt under sommarmånaderna är möjligheterna många för rekrytering av en motiverad arbetskraft. De flesta studerande behöver även utföra sina praktikperioder under denna tid, vilket ökar möjligheterna för att hitta rätt kandidater för just ert företag.

**Kom ihåg att inkludera i anskådan:**

- Lön eller kompensation
- Platsen där arbetet utförs
- Önskade kvalifikationer eller eventuella intyg
  - T.ex. hyllbrevpass eller seneringspass, arbetsställhetskort
  - Vilka kunskaper och/eller tidigare arbetsfarenheter är till den sökandes fördel?
- Startdatum
- Arbetsets varaktighet
  - T.ex. till vidare eller tidsbestämt avtal
- Uppgiftens eller arbetets art
- Kontaktinformation och/eller länk till hemsidan

Deadline för inlämning av sommarjobben är 28.2!

Namn

Epost

Telefon

Företag / Organisation

Förfrågan / Meddelande

Tänns alla fält Skicka Tillbaka till huvudsidan

**Praktik**

Inom de flesta studieriktningarna ska de studerande utföra cirka 3-6 praktikperioder som sammanlagt utgör 10 studiepoäng. Vilket motsvarar ungefär 800-11 studiepoäng i ca 27 % avseendet under hela studietiden. Arbetsuppgifterna bör i allmänhet motsvara innehållet i läroplanen och vara relevant för studieriktningen där den studerande får möjlighet att tillämpa de teoretiska kunskaper som erhålls under det akademiska skolfäret, utveckla yrkesmässiga kunskaper och det professionella nätverket, samt får ändamålsenlig arbetsfarenhet inom den valda profileringen.

Funktionellt så innebär 10 studiepoäng 7 kalenderveckor heltdarbete. I vissa fall, t.ex. inför den fördjupade praktiken efter det första studieåret bör arbetsuppgifterna komma överens om och praktikperiodens godkännas av handledande lärare innan den kan inlämnas. Meri praktitioner bör finnas praktikperiodens omfattning och arbetsuppgifterna. Märk väl att läroplanerna och detaljerna kring praktikperioderna varierar mellan de olika inriktningarna.

**Kom ihåg att inkludera i anskådan:**

- Lön eller kompensation
- Platsen där arbetet utförs
- Önskade kvalifikationer eller eventuella intyg
  - T.ex. hyllbrevpass eller seneringspass, arbetsställhetskort
  - Vilka kunskaper och/eller tidigare arbetsfarenheter är till den sökandes fördel?
- Arbetsets varaktighet
  - T.ex. till vidare eller tidsbestämt avtal
- Uppgiftens eller arbetets art
- Kontaktinformation och/eller länk till hemsidan

Praktikuppsdrag kan söckas in **fortfarande året runt!**

Namn

Epost

Telefon

Företag / Organisation

Förfrågan / Meddelande

Tänns alla fält Skicka Tillbaka till huvudsidan

Figur 46) Flikarna "Sommarjobb" och "Praktik".

Praktik och vanliga sommarjobb är till stor del ganska lika varandra. Skillnaden är att inför praktikperioden finns det flera akademiska kriterier som bör uppfyllas, särskilt de fördjupade praktikperioderna efter det första studieåret för de flesta inriktningar, och för dessa får den studerande studiepoäng för arbete som hör till läroplanen för att kunna ta examen.

Sommarjobb är ett vanligt arbetsavtal som vanligtvis är tillfälligt och kortvarigt under sommarmånaderna när de studerande vanligtvis inte har närundervisning.



**Arbetsmarknadsdagar**

En arbetsmarknadsdag är en mötesplats där företagen kan direkt knyta kontakter till de studerande för att hitta rätt person till rätt arbetsuppgift. Samtidigt får företagen även synlighet och en möjlighet att visa upp sig och öka medvetandet om det egna varumärket. På dessa tillställningar är det även vanligt med kaffeservering, föreläsningar, produkt-demonstrationer, enskilda samtal och nätverkande, workshops, samt övriga mindre evenemang.

Är ni intresserade av att delta i en dylik tillställning? Arbetsmarknadsdagarna ordnas inte regelbundet, så förfrågningar kan lämnas in **fortlopande året runt**.

**Kom ihåg att inkludera följande uppgifter:**

- Kontaktinformation och/eller länk till hemsidan
- Information om eller kort presentation av företaget
- På vilken ort/vilka orter är företaget verksamt
- Kontaktuppgifter

**Formular:**

Namn:

E-post:

Telefon:

Företag / Organisation:

Förfrågan / Meddelande:

**Figur 47) Fliken "Arbetsmarknadsdagar".**

Arbetsmarknadsdagar är evenemang där arbetsgivare och företag i regionen får ett tillfälle att samlas på en plats och visa upp sig, berätta mera om sig själva och den egna verksamheten eller produkten/tjänsten, med förhoppningen att locka till sig antingen framtida arbetstagare eller bara öka kännedomen om det egna varumärket och produkten eller tjänsten. Dessa typ av evenemang är också till fördel för att utöka det egna närverket och knyta professionella kontakter på ett personligt men ändå effektivt sätt.

**Anordna ett evenemang**

Förutom utrymning av våra utrymmen har vi på Yrkeshögskolan Novia även erfarenhet, resurser, och möjlighet att ordna externa evenemang. Vi kan ordna bl.a. konferenser och möten, pop-ups och workshops, mässor, föreläsningar, konstruktionsläggnar, seminarier, temadagar eller föreläsningar. Vid planeringen och utförandet tas företagets särskilda behov i beaktande, och lösningarna kan sträddas ut för enskilda tillfällen.

Vi vill gärna höra om huruvida evenemang ni önskar ordna och hur vi kan stå till tjänst. Kom gärna genom att ansöka redan! Förfrågningar kan lämnas in förordnings äret runt.

**Kom ihåg att inkludera uppgifter om:**

- Kort presentation av företaget eller organisationen
- Onslad ort och/eller plats för ert evenemang
- Specialbehov
- Budget
- Datum eller tidsperiod för evenemanget
- En uppskattning av antalet deltagare eller inbjudade personer

**Namn**

**E-post**

**Telefon**

**Företag / Organisation**

**Förfrågan / Meddelande**

[Tomma fält](#) [Skicka](#)

[Tillbaka till huvudsidan](#)

**Figur 48) Fliken "Anordna ett evenemang".**

För företag som behöver ordna diverse evenemang och som vill koncentrera de egna resurserna till andra saker än utrymmet och det övriga arrangemanget står Yrkeshögskolan Novia också till tjänst för. Dessa evenemang kan vara allt från möten med viktiga kunder, mässor, konferenser, workshops, eller temadagar, och de praktiska detaljerna kan alltid diskuteras och kommas överens om enligt kundens behov. I frågeformuläret ombeds användaren också att berätta mera om vilken typ av evenemang det handlar om, för att enklast och snabbast hitta en bra och smidig lösning som passar kunden.



Sidan för investeringar i de studerandes företag och startups inspirerades av företagstjänsterna på Oxford universitets hemsida. Tanken är att utomstående finansiärer kan investera i en studerandes begynnande företag i utbyte mot en ägarandel i företaget och andelar av framtida vinster för att få avkastning på sin investering.

Denna sida fylls i av den studerande själv, och det är hens uppgift att skriva en så säljande text som möjligt för att locka investerare och övertyga dessa om affärsidéns lönsamhet och förutsättningar att lyckas och kunna ge avkastning åt finansiärerna. Personerna på bilderna är tagna från sidan *thispersondoesnotexist.com* (This Person Does Not Exist, u.d.) som generar porträtt av människor via sina egna algoritmer och AI, och är således bilder på fullständigt fiktiva personer som inte existerar i verkligheten.

**Forskningsarbete**

Forskningsarbeten mellan skolor och företag har potential att framställa ny kunskap, genomföra allmännyttiga utvecklingar inom industrierna, och produktionen av nya produkter eller tjänster, samt förbättring av existerande processer för optimalt utnyttjande av resurserna för maximering av vinsten. Dessa samarbeten kan vara kortvariga och fokuserade på ett visst projekt, eller långvariga partnerkap som kontinuerligt främjar innovationer inom industrin.

Samarbetet ger forskningsarbetet både skolor och företag möjligheten att utöva det egna närvariet, dela med sig av den egna expertisen, samt hitta nya lösningar och idéer som bara är möjliga genom ett nära samarbete. Partnerkapet tjänar även till att ge båda parter en aktiv roll i utvecklingen och framställandet av den bästa stora innovationen inom en särskild industri.

**Forskning, utveckling och innovation**

Forskning, utveckling och innovation, innebär att man genom systematiskt och metodiskt arbete producerar ny kunskap, nya eller förbättrade produkter, metoder och tjänster. Vår högskola i Novia prioriterar att hitta lösningar, entreprenörskap och nordiskt dimension i tillägg till detta har vi specialiserade inom ett flertal smala områden.

Målet med vår Fullverksamhet är att utveckla samhället och arbetslivet, och att vara en aktiv aktör i det regionala och nationella innovationsystemet. Vi samarbetar bland annat med kommuner, organisationer och företag för att stötta och stärka våra egna verksamhetsregioner, och via det även vår egen underutbildning. Vi samarbetar med andra högskolor och universitet både nationellt och internationellt.

→ [Flå på Novia \(link\)](#)  
→ [Våra projekt \(link\)](#)

Kontaktuppgifter till forskningsledare

John Dahlbacka, forskningsledare, hållbar energi och Vasa  
mobil +358 (0)47 730 5700, john.dahlbacka@novia.fi

Marianna Reed, forskningsledare, biokemi och Riseborg  
rh +358 (0)19 224 8400, marianna.reed@novia.fi

Therese Samanen-Grahnén, forskningsledare, kultur, lärovet  
mobil +358 (0)47 730 5887, therese.samanen-grahnen@novia.fi

Mirva Sakkinen, forskningsledare, fertigmästning, Joo  
mobil +358 (0)47 732 3532, mirva.sakkinen@novia.fi

Annikka Wengelin  
Forskningsledare, hälsa och välfärd  
mobil +358 (0)47 730 5439, annikka.wengelin@novia.fi

Hanna Gussell, forskningsledare, affärsutveckling  
mobil +358 (0)47 732 3216, hanna.gussell@novia.fi

Sidan fortsätter ↓ [Tillbaka till huvudsidan](#)

Förfrågningar gällande forskningsprojekt kan lämnas in [fortspänd äret runt!](#)

**Kom ihåg att inkludera uppgifter om:**

- Kort presentation av företaget eller organisationen
- Budget
- Tidram
- Önskade delmål och/eller slutresultat
- Kontaktuppgifter och ansvarspersoner

Namn

E-post

Telefon

Teknisk sektor

Företag / Organisation

Förfrågan / Utvecklande

[Tän alla till](#) [Sticka](#)

John Dahlbacka  
Forskningsledare  
📧 John.Dahlbacka@novia.fi  
☎ +35863285730  
📠 +358447805730

[Tillbaka till huvudsidan](#)

Figur 51) Fliken "Forskningsarbete".

Sidan för forskningsarbete är en av de viktigare sidorna för Novia. Dessa projekt kan bidra till nya framgångar och upptäckter som kan gynna, förutom företaget och Novia, också samhället i allmänhet genom nya eller förbättrade produkter och/eller tjänster. På denna sida bör det ännu kompletteras möjligheterna för nationella och internationella samarbeten, samt möjligheterna till nationellt och EU projektfinansierat stöd.



Figur 52) Fliken "European Project Semester".

European Project Semester är ett program där grupper av internationella studerande kan jobba tillsammans för att lösa problem för finländska företag. Programmet erbjuds av 18 olika universitet i 13 olika länder runt om i Europa. Det finns årligen två möjligheter för företagen att skicka in förslag på problem, en deadline i mitten av maj och den andra i slutet av november för den inkommande vår- eller höstterminen.



Figur 53) Fliken "Varför samarbeta med Novia?".

Tidigare i detta examensarbete har jag redan utforskat fördelarna och värdet av samarbete mellan skolor och företag, men på denna mockup har jag även inkluderat en sida där jag kortfattat har redogjort för några av dessa fördelar. Exempel på potentiella fördelar inkluderar breddandet av det egna nätverket, ökad kännedom om det egna varumärket och produkterna/ tjänsterna, tidig insyn i nya trender och teknologier, samt värdet av att dela sin egen expertis och ömsesidigt erhålla motsvarande sakkunskap tillbaka.

**Kontakt**

Vill du samarbeta med oss eller rekrytera våra studerande? Häriska med oss, ställ en fråga, eller ta reda på vilka möjligheter ett partnerskap med Innovations Nova kan innebära för ert företag eller organisation.

Vi ser till att din förfrågan når rätt person, fyll bara i fälten nedan så svarar vi på ert meddelande så fort som möjligt. Ta kontakt redan idag!

**Namn**

**E-post**

**Telefon**

**Företag / Organisation**

**Förfrågan / Meddelande**

Tillbaka    Ta mig till toppen    Skicka

Välst till: 030 5000  
Fon: 081 328 5110

Har du frågor om vår kampanj? Ta kontakt med kommunikationschef  
Jenny Svartå | [jenny.svartaa@nova.fi](mailto:jenny.svartaa@nova.fi) | 050 361 7803

Vid frågor om forskning, utveckling och innovation, eller F&U kontakta informatör  
Caroline Lång | [caroline.lang@nova.fi](mailto:caroline.lang@nova.fi) | 050 470 6992

→ Viktiga datum och deadlines

Kontaktbegäran lyckades!

Tack för ert meddelande! Vi kommer att svara på er förfrågan inom kort.

Ta mig tillbaka till huvudsidan

**Figur 54) Det huvudsakliga kontaktformuläret på hemsidan.**

Detta är kontaktformuläret, samt hur det ser ut när användaren trycker på knappen för att skicka in sin förfrågan eller meddelande. Denna sida länkas till i varje enskild undersida för att vara så tillgänglig och svår att missa som möjligt. Den första versionen av formuläret var mycket enkel och primitiv, där senare versioner har inspirerats av bland annat kontaktformuläret på den Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm, där formuläret har en mera personlig stil med mera text som ökar förtroendet för att det finns en levande person bakom formuläret som kommer att ta emot och svara på ens meddelande inom en rimlig tid.

Under våra möten med projektgruppen har vi diskuterat hur logiken bakom formuläret ska funka. Den stora frågan var vem eller vilka personer som ska nås av formuläret. Det vi kom fram till var att i alla fall till en början är det bäst med att formuläret når en person vars uppgift det är att gå igenom meddelandena och vidarebefordrar varje förfrågan till rätt person som bäst kan svara på just det meddelandet. Detta kunde också vara ett område för fortsatt utveckling av hemsidan för någon annans examensarbete.



**Datum och deadlines**

Medhäftningen Nova strävar efter att möta företagets behov vid inledandet och upprätthållandet av framgångsrika samarbeten med näringslivet, så tag alltid kontakt om ni har frågor, feedback, eller förslag.

**Förtäpande året runt**

- Inskicksupplag
- Examensarbeten
- Forskningsprojekt (forskningsarbeten)
- Sponsor- / Innehavslagar / Corporationer
- Anordning av evenemang
- Arbetsmarknadsdagar
- Lathund av utrymman
- Rekrytering av studerande
- Konsultjobb
- Strategiska partnerskap
- Övrigt samarbete

**28.2**

- Sommarjobb

**April månad**

- Uppdrag för praktik och examensarbeten kan lämnas in förtäpande året runt, men för de arbeten som onödas bli färdiga tills våren bör kunna slutföras av den studerande senast inom april månad

**15.5**

- European Project Semester (EPS)
- Studieråds utvärdering av företagsanställda
- Kurser med integrerade företagsprojekt

**November månad**

- Uppdrag för praktik och examensarbeten kan lämnas in förtäpande året runt, men för de arbeten som onödas bli färdiga tills hösten bör kunna slutföras av den studerande senast inom november månad

**30.11**

- European Project Semester (EPS)
- Studieråds utvärdering av företagsanställda
- Kurser med integrerade företagsprojekt

**30.4 och 30.8**

Undervisning under läsåret sker normalt under tiden 30.8 - 30.4. Vårterminens undervisning inleds årligen i början av januari. Detta innebär att de studerande vanligtvis är tillgängliga för heltdarbete under sommarbrytarna maj-augusti, eller deltidarbete vid sidan om studierna resten av året.

[Kontakt](#) [Tillbaka till huvudsiden](#)

**Figur 55) Fliken med viktiga datum och deadlines.**

Genom att trycka på årsklockan som finns uppe på framsidan av hemsidan för företagstjänsterna, eller på länken under fliken *Varför samarbeta med Nova?* samt via kontaktformuläret kommer användaren in på en häändig lista med alla de viktiga datum och deadlines som är aktuella för alla tjänster. Härifrån kan man ta sig antingen tillbaka till framsidan eller till kontaktformuläret. Denna sida behöver egentligen bara uppdateras om några av datumen ändras, vilket också gäller för årsklockan.



## 8 Diskussion

Det som jag har förstått under arbetets gång är att både skolorna och företagen har att vinna på ömsesidiga samarbeten, bland annat genom synlighet och möjligheterna att påverka på båda hållen. Företagen får ökad synlighet bland de nya generationerna av studerande som också efter studierna troligtvis i första hand väljer att jobba hos de mera bekanta företagen som gett goda intryck under studietiden. För skolornas del kan synligheten i samarbete med stora företag ge ökat förtroende som bland annat kan locka till sig flera studerande och investerare.

Med möjligheter att påverka menar jag att företagen lättare kan ge återkoppling på vad som är viktigt för dem i just deras bransch att de studerande lär sig eller känner till innan de ger sig in i arbetslivet och på så vis är utbildningen mera relevant för de faktiska arbetsuppgifterna efter avklarad examen. Detta i sin tur gör skolorna mera lockande för studerande eftersom de kan vara säkra på att genom studierna på den skolan slösar man inte tid på att lära sig teoretiska kunskaper som man sedan inte kommer att använda efter studierna, utan läroplanen och kursernas innehåll är fast förankrad i verkligheten vilket också leder till flera och bättre möjligheter efter examen.

Detta examensarbete hade ingen strikt tidtabell, utan jag har självständigt jobbat med projektet i mån av möjlighet under min egen fritid. Jag började ungefär i mitten av februari 2021 och blev klar i den andra halvan av augusti 2021. Under denna tid har jag både varit utan annat arbete, men även jobbat deltid- och heltidsarbeten vid sidan om examensarbetet. På grund av detta har det gått veckor där jag inte haft någon tid alls att jobba med examensarbetet, och andra veckor där jag haft både tid och energi att jobba med projektet över tjugo timmar. Det tog mig 28 veckor att slutföra projektet från början till slut. I min egen åsikt blev målen för projektet uppnådda, till den grad som det är möjligt för en person att göra i ramen av ett enskilt examensarbete.

Det har känts givande att få arbeta med något som förhoppningsvis kommer att finnas kvar även efter att jag har tagit examen. Jag ser fram emot att se hur den slutgiltiga hemsidan kan börja se ut och vilka utvecklingar som fortfarande kan komma utöver vad vi i denna projektgrupp har åstadkommit hittills.

## 8.1 Utmaningar

Det var förvånansvärt svårt att hitta goda exempel på företagstjänster hos de mest inflytelserika universiteten, som till exempel MIT (Massachusetts Institute of Technology), Harvard universitet, Stanford universitet, eller Yale universitet. Detta kan bero på att dessa institutioner är redan så väl etablerade och eftertraktade, och att de inte har alls lika stort behov av att locka till samarbete med nya utomstående parter och kan således vara mycket mera selektiva med vilka som har möjlighet att ens få kontakt med de programansvariga på dessa universitet.

Det har även varit svårt att balansera behoven av att både vara flexibla och även definiera absoluta deadlines, samt att klara balansgången mellan lärarnas och företagets roll och olika behov i hela sammanhanget. Företag vill inte alltid vänta till exempel sex till tolv månader på att utföra ett visst projekt eller utvecklingsarbete, och skulle antagligen i så fall söka sig till någon annan institution eller företag i stället för att vänta på Novia. Samtidigt tjänar fasta deadlines till att hålla sig till ett visst schema som underlättar bland annat planeringen och utförandet av diverse samarbeten, men det kan också sporra företagen till handling om det finns ett visst datum när till exempel en ansökan eller kontaktbegäran måste vara inlämnad. Sedan kan även en lektor ha flera olika kurser att hålla reda på medan företaget kanske har mera resurser att satsa på ett projekt, och där har utmaningen varit att hitta en balans som skulle passa båda parter.

Under projektets gång har jag även haft både deltids- och heltidsjobb samtidigt som jag jobbat med examensarbetet. Detta ledde förstas till att min fokus och energi delades på flera olika håll, vilket sannolikt också resulterade i att examensarbetet kanske inte blev färdigt lika snabbt eller enkelt som det kunde ha varit om jag fokuserat enbart på en sak i taget. Detta kunde ha undvikits om jag till exempel hade tagit studielån under tiden jag höll på med examensarbetet istället för att jobba. Bland annat pandemin har påverkat på mina inkomstkällor vilket ledde till att jag istället har arbetat så mycket som jag har hunnit och orkat, för att inte gå på minus varje månad men ändå ha råd med hyra och vanliga levnadskostnader.

## 8.2 Lärdomar

Under arbetets gång har jag utvecklat mina kunskaper och lärt mig att göra mockups av hemsidor, grafiska element, och kontaktformulär i Microsoft PowerPoint. Till en början fick jag använda mig av videor på Youtube och läsa guider på nätet innan jag kom igång på egen hand, men när jag väl en gång börjat så gick det bra och det gick allt snabbare att självständigt lösa nya problem som uppstod under processens gång.

Jag har även lärt mig att antalet musklick inte har lika stor betydelse för en hemsidas funktionalitet eller användarupplevelse som jag tidigare har trott. Istället för ett visst antal musklick innan användaren hittar rätt är det desto viktigare att kunna känna av var man befinner sig i förhållande till det övriga innehållet på det stora hela.

Avslutningsvis vill jag föreslå några områden där detta projekt ännu kan utvecklas vidare bortom spelrummet för just detta examensarbete. För det första har fokuset varit mest på de tekniska utbildningarna under utformningen av den nya hemsidans mockup, och till exempel Novias övriga utbildningar inom konst och kultur, hälsovård, och företagsekonomi har egentligen inte fått någon plats i detta projekt. Detta kan vidare åtgärdas antingen av de enskilda utbildningsansvariga som väljer vilken information som kommer med i den nya hemsidan, eller som projekt för någon annan studerande som gör sitt eget examensarbete att vidareutveckla hemsidan med de andra studieinriktningarna i åtanke.

Dessutom kan det också finnas skäl att utveckla hur hemsidan fungerar rent praktiskt för att minska på mängden arbetstimmar som sätts på bland annat att uppdatera enskilda personers kontaktuppgifter på de olika sidorna inne under företagstjänsten. Istället kan man till exempel koppla kontaktpersonerna till deras titel som kan uppdateras automatiskt med minimal ansträngning från personalens sida. Sättet de behöriga personer kontaktas via diverse kontaktformulär kan också revideras för att direkt koppla rätt person till varje förfrågan, utan att dessa meddelanden borde först gå via en annan person som har till uppgift att vidarebefordra dessa förfrågningar till rätt avdelning eller person.

## 9 Källförteckning

- Aalto-universitetet. (den 9 2 2021). *Aalto-universitetet*. Hämtat från aalto.fi:  
<https://www.aalto.fi/sv/foretagssamarbete> den 25 2 2021
- Brandman University. (den 24 6 2020). *Brandman University*. Hämtat från  
[www.brandman.edu](http://www.brandman.edu): <https://www.brandman.edu/news-and-events/blog/how-to-form-successful-university-corporate-partnerships> den  
 11 5 2021
- Chapman, C. (u.d.). *Toptal*. Hämtat från [www.toptal.com](http://www.toptal.com):  
<https://www.toptal.com/designers/ui/principles-of-design> den 11 5 2021
- Ciotti, G. (u.d.). *Help Scout*. Hämtat från [www.helpscout.com](http://www.helpscout.com):  
<https://www.helpscout.com/blog/psychology-of-color/> den 11 5 2021
- Copenhagen Business School. (u.d.). *Copenhagen Business School*. Hämtat från  
[www.cbs.dk](http://www.cbs.dk): <https://www.cbs.dk/en/companies> den 25 2 2021
- Craig, W. (u.d.). *WebFX*. Hämtat från [www.webfx.com](http://www.webfx.com):  
<https://www.webfx.com/blog/web-design/10-usability-tips-based-on-research-studies/> den 6 6 2021
- Dionne, M. (u.d.). *Snipcart*. Hämtat från [snipcart.com](http://snipcart.com):  
<https://snipcart.com/ecommerce-website-design> den 11 5 2021
- Haaga-Helia. (u.d.). *Haaga-Helia*. Hämtat från [haaga-helia.fi](http://haaga-helia.fi): <https://www.haaga-helia.fi/en/business> den 27 2 2021
- Hanken Svenska handelshögskolan. (u.d.). *Hanken Svenska handelshögskolan*. Hämtat  
 från [hanken.fi](http://hanken.fi): <https://www.hanken.fi/sv/samarbete-och-natverk> den 27 2  
 2021
- Harper, M. (den 13 11 2019). *APQC (American Productivity & Quality Center)*. Hämtat  
 från [www.apqc.org](http://www.apqc.org): <https://www.apqc.org/blog/what-are-four-types-benchmarking> den 11 5 2021
- Healy, A., Perkmann, M., Goddard, J., & Kempton, L. (2014). *European Commission*.  
 Hämtat från [www.eurashe.eu](http://www.eurashe.eu): [https://www.eurashe.eu/library/mission-phe/NC0214337ENN\\_002.pdf](https://www.eurashe.eu/library/mission-phe/NC0214337ENN_002.pdf) den 25 2 2021
- Helsingfors universitet. (2021). *Helsingfors universitet*. Hämtat från [helsinki.fi](http://helsinki.fi):  
<https://www.helsinki.fi/sv/samarbete> den 27 2 2021
- Kenton, W. (den 24 9 2020). *Investopedia*. Hämtat från [www.investopedia.com](http://www.investopedia.com):  
<https://www.investopedia.com/terms/s/strategicalliance.asp> den 24 2 2021
- King's College London. (u.d.). *King's College London*. Hämtat från [www.kcl.ac.uk](http://www.kcl.ac.uk):  
<https://www.kcl.ac.uk/research/work-with-kings> den 24 2 2021
- Kungliga Tekniska högskolan. (den 8 2 2021). *Kungliga Tekniska högskolan*. Hämtat  
 från [www.kth.se](http://www.kth.se): <https://www.kth.se/samverkan> den 25 2 2021

- Lee, Y. (u.d.). *Toptal*. Hämtat från [www.toptal.com](http://www.toptal.com):  
<https://www.toptal.com/designers/e-commerce/ultimate-ecommerce-design-guide> den 11 5 2021
- Lutchen, K. (den 24 1 2018). *Harvard Business Review*. Hämtat från [hbr.org](http://hbr.org):  
<https://hbr.org/2018/01/why-companies-and-universities-should-forge-long-term-collaborations> den 11 5 2021
- Metropolia. (2020). *Metropolia*. Hämtat från [metropolia.fi](http://metropolia.fi):  
<https://www.metropolia.fi/en/services> den 27 2 2021
- Olesen, J. (u.d.). *Color Meanings*. Hämtat från [www.color-meanings.com](http://www.color-meanings.com):  
<https://www.color-meanings.com/red-color-meaning-the-color-red/> den 8 6 2021
- Princeton University. (2021). *Princeton University*. Hämtat från [cefr.princeton.edu](http://cefr.princeton.edu):  
<https://cefr.princeton.edu/industry> den 24 2 2021
- ProProfs Qualaroo. (den 18 1 2019). *ProProfs Qualaroo*. Hämtat från [qualaroo.com](http://qualaroo.com):  
<https://qualaroo.com/blog/is-the-number-of-clicks-really-that-important-debunking-the-3-click-rule/> den 6 6 2021
- Reykjavik University. (u.d.). *Reykjavik University*. Hämtat från [en.ru.is](http://en.ru.is):  
<https://en.ru.is/collaboration/industry/research-innovation/companies/> den 1 3 2021
- Riley, J. (den 14 4 2018). *Youtube (tutor2u)*. Hämtat från [www.youtube.com](http://www.youtube.com):  
<https://www.youtube.com/watch?v=8mY2YrYAE-U> den 5 4 2021
- Siang, T. Y. (2020). *Interaction Design Foundation*. Hämtat från [www.interaction-design.org](http://www.interaction-design.org):  
<https://www.interaction-design.org/literature/article/the-building-blocks-of-visual-design> den 5 4 2021
- Stevenson, O. (den 6 2 2020). *Shillington*. Hämtat från [shillingtoneducation.com](http://shillingtoneducation.com):  
<https://www.shillingtoneducation.com/blog/design-theory/> den 13 2 2021
- Stroud, D. (u.d.). *iSixSigma*. Hämtat från [isixsigma.com](http://isixsigma.com):  
<https://www.isixsigma.com/methodology/benchmarking/understanding-purpose-and-use-benchmarking/> den 11 2 2021
- This Person Does Not Exist*. (u.d.). Hämtat från [thispersondoesnotexist.com](http://thispersondoesnotexist.com):  
<https://thispersondoesnotexist.com/> den 14 7 2021
- Thurow, S. (den 24 10 2014). *MarTech*. Hämtat från [martech.org](http://martech.org):  
<https://martech.org/user-experience-myth-truth-three-click-tap-rule/> den 6 6 2021
- Tracy, P. (den 1 2 2021). *LaptopMag*. Hämtat från [www.laptopmag.com](http://www.laptopmag.com):  
<https://www.laptopmag.com/articles/laptop-buying-guide> den 5 4 2021
- Umeå universitet. (u.d.). *Umeå universitet*. Hämtat från [www.umu.se](http://www.umu.se):  
<https://www.umu.se/samverkan-och-innovation/samarbeta-med-oss/> den 1 3 2021
- University College Dublin. (u.d.). *University College Dublin*. Hämtat från [www.ucd.ie](http://www.ucd.ie):  
<https://www.ucd.ie/research/workingwithus/> den 1 3 2021

- University College London. (2021). *University College London*. Hämtat från [www.ucl.ac.uk: https://www.ucl.ac.uk/enterprise/businesses](https://www.ucl.ac.uk/enterprise/businesses) den 1 3 2021
- University of Cambridge. (2021). *University of Cambridge*. Hämtat från [cam.ac.uk: https://www.cam.ac.uk/business-and-enterprise/for-business](https://www.cam.ac.uk/business-and-enterprise/for-business) den 24 2 2021
- University of Cincinnati. (u.d.). *University of Cincinnati*. Hämtat från [online.uc.edu: https://online.uc.edu/three-benefits-of-a-university-partnership-why-partnering-with-a-university-is-beneficial-to-business/](https://online.uc.edu/three-benefits-of-a-university-partnership-why-partnering-with-a-university-is-beneficial-to-business/) den 11 5 2021
- University of Oxford. (2021). *University of Oxford*. Hämtat från [ox.ac.uk: https://www.ox.ac.uk/research/innovation-and-partnership](https://www.ox.ac.uk/research/innovation-and-partnership) den 23 2 2021
- Usher, A. (den 27 2 2020). *Higher Education Strategy Associates*. Hämtat från [higherstrategy.com: https://higherstrategy.com/better-university-business-partnerships/](https://higherstrategy.com/better-university-business-partnerships/) den 11 5 2021
- UXPin. (u.d.). *UXPin*. Hämtat från [app.uxpin.com: https://app.uxpin.com/](https://app.uxpin.com/) den 4 3 2021
- Weblife. (u.d.). *Weblife*. Hämtat från [www.weblife.com.au: https://www.weblife.com.au/ecommerce-websites/dos-and-donts-of-successful-ecommerce-website-design/375/1](https://www.weblife.com.au/ecommerce-websites/dos-and-donts-of-successful-ecommerce-website-design/375/1) den 6 6 2021
- VentureWell. (den 24 10 2017). *VentureWell*. Hämtat från [venturewell.org: https://venturewell.org/industry-and-university-collaboration/](https://venturewell.org/industry-and-university-collaboration/) den 11 5 2021
- Wild, H. (12 2018). *Youtube (Southern Universities Network)*. Hämtat från [www.youtube.com: https://www.youtube.com/watch?v=fFiW-93zDm8](https://www.youtube.com/watch?v=fFiW-93zDm8) den 5 4 2021
- Yrkeshögskolan Novia. (u.d.). *Yrkeshögskolan Novia*. Hämtat från [www.novia.fi/foretagstjanster: https://www.novia.fi/foretagstjanster](https://www.novia.fi/foretagstjanster) den 22 3 2021
- Yrkeshögskolan Novia. (u.d.). *Yrkeshögskolan Novia*. Hämtat från [www.novia.fi: https://www.novia.fi/om-oss/om-novia](https://www.novia.fi/om-oss/om-novia) den 4 5 2021