



## **Møde med aftagerpanel for Økonomi på Aalborg University Business School**

Kære aftagerpanel for Økonomi på Aalborg University Business School. Hermed nedenstående dagsorden og referat fra aftagerpanelmødet d. 24/11:

Deltagere aftagere: Christian Mose Nielsen, Jens Askehave, Frederik Treney, og Maria Junker Nielsen (deltager online)

Deltager fra Økonomiuddannelsen: Mogens Ove Madsen, Mikael Byrialsen, Emma Pedersen, Nicoline Pasfall, Mikkel Rosengreen, Louise Brøns Kringelum, Jens Holmgrem, Emma Malund Jensen

Referent: Louise Bay Langberg Jensen

Eksterne deltagere/oplægsholdere: Malene Gram og Mette Hjort.

Afbud: Jesper Zeth og Henrik Larsen

**Torsdag den 24/11, klokken 16.00-18.00**

**Fibigerstræde 5, lokale 35**

---

### **Dagsorden:**

#### **1. Velkomst v/ Studienævnformand Mogens Ove Madsen**

Mogens byder velkommen til aftagerpanelet og opridser dagsordenpunkterne. Det er et års tid siden sidst.

Derudover fortæller han, at optagelsestallet på bacheloruddannelsen i Økonomi er faldet, men at det nu er lykket at sætte i gang med markedsføringen af uddannelsen, som skal være i gang igennem hele foråret. Så man håber, der kan komme endnu flere nye studerende. Lige nu kunne han fortælle, at der havde været hele 65 deltagere til studiepraktikken fra hele landet på Økonomiuddannelsen, så det ser lovende ud med interesserede nye studerende.

Der arbejdes med at repræsentere uddannelsen og som studienævnens formand, har Mogens i samarbejde med kollegaer udarbejdet artiklen Oecon-uddannelsen på AAUBS – Pluralisme og Problem-Based Learning (Bilag 2), hvor de forklarer at PBL er meget mere end projektarbejde og hvordan de kan åbne op for flere konkurrerende teorier.

## **2. Aalborg Universitets strategis konsekvenser for uddannelserne v/ Prodekan Malene Gram**

Prodekan Malene Gram præsenterer AAUs strategi 2022-2026, og forklarer at universitet skal være missionsdrevet med det formål, at viden for verden skal virke i samfundet.

AAU skal derfor bidrage til missioner sammen med omverdenen, for at finde komplekse løsninger til de problemer verden står overfor. Hvilket betyder, at der skal arbejdes på tværs af fagligheder indenfor temaer og også i samarbejde med eksterne samarbejdspartnere skabe bæredygtige samfunds-løsninger.

Arbejdet med missioner er at gøre det uhåndgribelige mere håndgribeligt. Hvor der tages udgangspunkt i dem, der har problemerne.

Hvad betyder det så for økonomistudiet. Det betyder at uddannelserne og forskningsmiljøerne på AAU selv være med til at definere, der skal være et større fokus på et helhedsorienteret samarbejde, hvor der arbejdes på tværs af fakulteterne f.eks. SSH-STEM samarbejde, samt et mere systematisk samarbejde med alumner og aftagere.

Aftagerne og deltagerne nikkede anerkendende til den nye strategi og syntes det missionsdrevne universitet lød spændende og med stort potentiale. Der blev nævnt, at det var spændende med tværfagligheden, da man, når man kommer ud på den anden side af uddannelsen, heller ikke vil kunne løse større komplekse problemstillinger med kun sin egen faglighed.

Der var dog enkelte bekymringer også, heriblandt hvordan den nye viden bliver nyttiggjort? Derudover var der en bekymring til, om denne måde at tænke på begrænser nysgerrigheden, fordi man kun skal tænke løsningsorienteret. For det bør også være muligt at undersøge et spændende felt, f.eks. indenfor makroøkonomien, hvor det godt kan blive lidt ukonkret, være svært at skulle svare på, om ens undersøgelse løser et konkret problem.

Malene Gram forklarede dog, at der ikke er en masterplan for, hvad den bedste løsning er, så det skal prøves af, de forskellige fagligheder bliver inddraget, der hvor det giver mening. Men en god idé er at holde bedre fast i de tidligere studerende, for at få en bedre føling med, hvad der sker ude i samfundet.

## **3. Markedsføring af OECON-uddannelserne v/ Kommunikationsafdelingen**

Inden Mette Hjort fra AAUBS kommunikationsafdeling skulle fortælle, startede Ruskoordinator Emma Malund på bacheloruddannelsen for Økonomi med at introducere, hvordan studiestarten havde været for de nye studerende. Der fortalte, at der i det store hele har været stor tilfredshed. Der er taget mere faglighed ind i studiestarten med bl.a. virksomhedsbesøg, og fortalte, at det faglige giver et stort tilhørsforhold blandt de nye studerende. Derudover var der stor tilfredse med de sociale

arrangementer. Da der ikke var så mange nye studerende, så gav det bedre mulighed for at ruste dem sammen.

Derefter fortalte Mette om markedsføringen af Økonomiuddannelsen. Der er ambitioner om at gøre markedsføringen endnu bedre i, og der er en anerkendelse til studiet om at de allerede selv gør det godt. Markedsføringen skal blandt andet fungere som en opfølgende aktivitet på studiepraktikken – det er vigtigt at holde linjen varm til de interesserede studiepraktikanter. Samtidig skal der tænkes over, hvordan der skal markedsføres frem i 2023.

Lige nu er tendensen blandt de unge, at de er præget på deres følelse. Der er stor nervøsitet for fremtiden, usikkerhed, ensomhed osv. Hvor der forsøges at tale ind til de unges følelser – f.eks. at de får nærvær i gruppearbejdet. Det er desuden vigtigt, at der er styr på deres markedsføringsstatements. Ét af de nye statements er, at der "Bag enhver politiker sidder en dygtig økonom", for at synliggøre, at det oftest er økonomer som sidder inde i maskinrummet. Hun nævner desuden at der først og fremmest er fokus på økonomistudiet og gøre de kommende mulige studerende interesserede i fagligheden og derefter i Aalborg. Her var deltagerne af anden forståelse, der netop troede at det var Aalborg man markedsførte sig på først og fremmest og derefter fagligheden. Hvilket pludselig betyder, at man i højere grad først og fremmest kommer til at kæmpe mod de andre økonomiuddannelser i landet, hvor at man, hvis det havde været Aalborg, der skulle fange interessen, så havde det i højere grad været en konkurrence mod andre fagligheder i byen.

De studerende nævnte også, at det kunne være vigtigt at markedsføre uddannelsen på, hvad der er fremtidsmuligheder.

Der blev desuden nævnt, at der er et øget gymnasiesamarbejde, hvilket også er målgruppen for markedsføringsindsatsen. Aftagerne mente særligt, at det er gymnasierne i Nordjylland, man bør markedsføre sig til, da antagelsen er, at det nok er dem, der kommer flest af her. Mogens mente også at dette kunne være væsentligt, da der på sigt bliver færre unge at tage af, og de nu har set at optaget på UCN, der har praksisorienterede uddannelser, stiger.

Emnet ledte også op til en dialog omkring digitalisering. Hvor der fra aftager blev stillet spørgsmålstegn til, om studiet havde gjort sig overvejelser om hvordan man arbejder med digitaliseringen og om det er noget det har fyldt? Studienævnsformand Mogens Ove forklarede, at det er skrevet ind i studieordningen, samt at der anvendes digitale værktøjer i undervisningen. Der blev desuden nævnt, at de havde lært rigtig meget af corona, hvor studieledelsen tilføjede, at der vil komme til at blive implementeret endnu mere digitalisering på Businessskolen de næste 3-4 år.

Der blev indledt en dialog omkring muligt markedsføringsindhold. Aftagerne nævnte blandt andet, at man kan stille de store spørgsmål til konkrete og aktuelle problemstillinger "Hvad koster det at løse den, og hvad koster det at lade være" – bliv klogere på Økonomiuddannelsen på AAU. Det kunne være godt at slå på, hvor alsidig uddannelsen er.

Aftager nævner også, at der kan slås på livslang læring, som er noget denne uddannelse også kan: "Hvad skal vi når vi er færdige? Jamen vi er ikke færdige, vi skal lære hele livet!". Det kunne være en idé at have med i tankerne om kommunikationen – Det her med, at du som studerende bruger fem år af dit liv og så er du der. Men det er jo bare 5 år af dit liv og så kommer der 5 år bagefter og 5 år bagefter. Mette forklarer dog, at dette kan blive udfordrende, da det måske ikke er trygt nok for de unge, der er præget af usikkerhed. Mogens mener dog også, at man også bør tænke ind i, at man også vil

have de glade studerende, og en studerende fortæller, at man også kunne markedsføre sig på, at man er modig.

Der bliver også drøftet, at der er stor ulighed for selv at påvirke sin uddannelse under studiet. Man kan afsøge sine interesser og prøve forskellige veje af gennem PBL. En studerende nævner, at det også i højere grad bør fortælles på studiet. Der er mange på uddannelsen, der ikke ved hvor store muligheder de har. F.eks. at der ikke kun er valgfagene i studieordningen, der kan tone din uddannelse, man kan vælge så meget andet også. Mogens nævner dog, at dette også kan blive en udfordring, da der skal være en vis tilslutning til et valgfag, for at det kan køre, derfor er det vigtigt at markedsføre valgmulighederne internt på uddannelsen. Men fortæller også, at de studerendes valgmuligheder bliver fortalt på både 1. og 5. semester. Dette er der dog lidt enighed om blandt de studerende og de fastansatte. Men der bliver derefter også fortalt, at der også er muligheder for at tage et semester i udlandet både i løbet af bacheloruddannelsen og kandidatuddannelsen, hvilket også er med til at styrke argumentet om at de studerende selv er med til at påvirke deres uddannelse. Mette tilføjer dertil, at det på hjemmesiden stemmer overens med markedsføringen.

En studerende nævner også, at man kan markedsføre sig på, at de studerende på Økonomiuddannelsen ikke er perfekte studerende, der kommer til alt og får topkarakter. Mange studerende følger mere deres interesse: "Nu gør jeg det her, fordi det synes jeg er fedt!". De kommende studerende skal altså ikke køre 180 km/t hele tiden gennem uddannelsen – Viden er en glidende proces. En anden studerende nævner, at uddannelsen ofte bliver ledt op til, at man skal ud i de store virksomheder, og det er i de store virksomheder at oeconer kan gøre en forskel, derfor kunne det også være en idé at tænke ind, hvad en oecon kan gøre og gør for den lille virksomhed.

En aftager nævner, at der kan være et fokus på en oversigt med forskellige dimittender, og de forskellige muligheder man har i løbet af uddannelsen. Mette forsøger at samle op på det, så et fokus er "Okay her er du i dag. Men hvilke valg traf du gennem din uddannelse?" En aftager er dog bekymret for fokuset, man skal være forsigtig med at man skal have styr på sine valg gennem sin uddannelse. Og derfor mere have et fokus på, at du har de her muligheder, men du behøver ikke have styr på det nu. De studerende forklarer, at man bør vise diversiteten, og at du ikke bliver fastlåst i dit første arbejde. En anden tilføjer, at man som studerende udvikler sig efter sit studie. Det giver en ro, at man som studerende, der ikke ved, hvor vedkommende skal hen nu og her, godt kan gå den krøllede vej Mette forhører sig, om der er nogen, som de studerende kan hjælpe med at få kontakt til? Hvor en studerende nævner, at hun kan skrive til oplægsholderne, der deltog i "Hvad kan du blive som cand.oecon" og give Mette kontaktoplysningerne.

Afsluttende til dette dagsordenpunkt, nævner Mogens, at studiet allerede nu er tilfreds med de igangværende kommunikationsinitiativer.

#### **4. Udveksling af kontakter mellem ØF (Økonomernes Forening, AAU) og aftagerpanelet, samt øget samarbejde på sigt v/ Mikkel Rosengreen**

Studerforeningen ØF kunne godt tænke sig et større og mere fast samarbejde med aftagerne til bl.a. virksomhedsbesøg og til oplæg, da der lige nu er tendens til at hver gang, der skal bruges aftagere som oplægsholdere, så starter de forfra med at lede efter aftagere, der har lyst og kan afholde bl.a. faglige oplæg, da de ikke har faste aftagerkontakter. Dette er særligt et stort ønske, da de studerende på tværs af Økonomiuddannelsen har størst interesse for de faglige arrangementer, som studenterforeningen afholder. Studieledelelsen forklarer, at der lige nu er fokus på, hvordan

businessskolen arbejder med deres alumner på alle dens uddannelser. Hvorefter der bliver spurgt ind til aftagerne i aftagerpanelet, om de selv eller kender nogen, som studenterforeningen kan trække på i forbindelse med faglige arrangementer. Det nikker aftagerne ja til. Hvorefter der bliver gjort opmærksomhed omkring, at det kan være svært at fange folk gennem en HR-afdeling, og man bør derfor kontakte de interessante aftagere direkte. Her var et råd at kontakte aftagere direkte gennem LinkedIn. Et mere fast samarbejde med alumner og aftagere kunne endvidere bidrage til et større netværk for oecon-studerende i Nordjylland, hvilket også vil være en fordel i forhold til det projektorienterede virksomhedssamarbejder, der ligger på kandidatuddannelsens 3. semester.

## **5. Aftagernes punkt.**

En af aftagerne nævner, at generelt når der er så meget projektarbejde, kunne der godt mangle et læringsmål, der hedder at lave en let forklarlig analyse. Kunsten er næsten at få formidlet viden i så let forståeligt et sprog som muligt. Stil lidt højere krav til hvor klare i sproget de studerende skal være. Dertil bliver der nævnt, at en idé kunne være at give de studerende mere viden om metodefagene i forhold til, hvad de skal bruges til og hvad de kan bruges til, og hvorfor de bliver brugt. Giv undervisning i det, når det bruges – evt. brug matematik sammen med et andet fag. En af de studerende nævner, at det er rigtig godt at stille større krav til det skriftlige, men man er også nødt til at tænke ind i noget læring af, hvordan man skriver en letforståelig analyse. En anden studerende forklarer, at man jo allerede nu har vejledningstimer, og om han vil uddybe "at være mere klar i sproget" – er det fordi det skal kortes ned eller er det fordi det skriftlige skal være mere letforståeligt? Han nævner, at han her tænker begge dele – Man skal som studerende lave et produkt, som en modtager udefra også vil kunne forstå. En anden aftager er meget enig, han nævner, at der er en forståelse af at jo højere Lichts tal jo bedre, og når man kommer ud i virkeligheden på arbejdsmarkedet, så er det omvendt, fordi man har fokus på forståelsen. En fastansat nævner en bekymring i forhold til det, for man skal som vejleder ikke læse korrektur på det skriftlige arbejde. En af de studerende forklarer, at hvis man ønsker, at der skal bruges færre og mindre akademiske pr, så skal man også tænke over, ikke at banke de studerende i hovedet med "brug fagtermer, brug fagtermer". Aftageren nævner, at det stadig er meningen, man skal bruge fagtermer, men at man skal gøre det på en forståelig måde

Derudover nævnte en aftager, at hvis problemet med at de har svært ved at få kontakt til aftagere og dimittender, så kan det være en idé, at de studerende måske selv skal tage ud og fortælle hvad de står for, for at trække folk herud. Så det bliver mere gensidigt fremadrettet. En anden aftager fortæller, at der i SparNord er mange forskelligartede opgaver for oeconerne, og de fleste virksomheder vil gerne være synlige for de studerende.

## **6. Evt.**

Intet til dette punkt.

## **7. Spisning**

Aftagerpanelmødet afsluttede med spisning.