

## **Vejledning til udfyldelse af læringsplan ifm. praktikken på Kommunikationsuddannelsen**

Læringsplanen er værktøjet, som praktikant og praktiksted i samarbejde skal udfylde og følge op på for at sikre, at praktikanten når de generelle læringsmål for praktikken. Læringsmålene for praktikken er beskrevet i praktikkens fagbeskrivelse, og på baggrund af dem, skal praktikant og praktiksted indgå en aftale om individuelle mål for praktikanten og praktikforløbet. Læringsplanen skal fungere som et dynamisk værktøj, og vi opfordrer derfor til, at læringsplanen opdateres løbende.

Derudover er læringsplanen udgangspunktet for praktikantens eksamensopgave, som han/hun skal aflevere i slutningen af praktikperioden. Praktikanten skal i eksamensopgaven reflektere over en arbejdsopgave, han/hun har udført eller været en del af i løbet af praktikperioden, og denne arbejdsopgave skal være udsprunget af noget, der kan spores tilbage til læringsplanen.

Den første del af læringsplanen handler om de praktiske informationer, som ikke kræver forklaring. De resterende tre dele i læringsplanen kræver en uddybning, før læringsplanen kan udfyldes efter hensigten, og disse punkter vil derfor blive forklaret i det følgende.

### **Praktikantens arbejdsopgaver**

Den anden del af læringsplanen handler om, hvilke primære arbejdsopgaver praktikanten kommer til at arbejde med. Det er et krav, at praktikantens arbejdsopgaver er relevante ift. Kommunikationsuddannelsen, og de skal dermed kunne give praktikanten muligheden for at opnå læringsmålene for praktikken, jf. fagbeskrivelsen.

Vær opmærksom på følgende, når I udfylder denne del af læringsplanen:

- Praktikantens primære opgaver skal beskrives så **tydeligt og detaljeret** som muligt.
- Opgaverne skal **vægtes**, så det giver en indikation af, hvilke opgaver der fylder hvor meget. Det kan fx gøres ved at skrive opgaverne i prioriteret rækkefølge, sætte procenter på opgaverne, notere "fylder mest/meget/lidt" eller lignende. Hvis alle arbejdsopgaverne kommer til at fylde lige meget, så skriv gerne det.
- Praktiske opgaver/**ad hoc-opgaver**, som ikke er kommunikationsfaglige, bør ikke indgå i læringsplanen, da den slags opgaver kun må udgøre en mindre del af praktikken.

- Arbejdsopgaver, som ikke umiddelbart lyder kommunikationsfaglige, skal beskrives, så det er tydeligt, hvordan de er **relevante for praktikanten**.
- **Kommunikationsfagligheden er bred**, og de studerende bruger ofte deres praktik til at tone deres uddannelse. Derfor kan de studerende være i praktik på **utraditionelle praktiksteder**, som fx produktionsselskaber eller radiostationer. Arbejdsopgaver på utraditionelle praktiksteder vil ofte skulle **beskrives mere detaljeret** for, at praktikkoordinator kan vurdere, om de er relevante eller ej.
- Udvælg evt. de **tre vigtigste opgaver**. Der vil altid være mulighed for at tilføje, justere eller slette opgaver fra læringsplanen i løbet af praktikforløbet.

### Fagligt udbytte

Den tredje del af læringsplanen handler om, hvad praktikanten forventes at lære. I denne sektion skal der være en tydelig kobling mellem arbejdsopgaver og forventet læring.

Vær opmærksom på følgende, når I udfylder denne del af læringsplanen:

- Det faglige udbytte skal **formuleres som læringsmål** for praktikanten. Vær opmærksom på, at læringsmål ikke er en uddybning af arbejdsopgaven. Forskellen på arbejdsopgaver og læringsmål er, at arbejdsopgaven beskriver, hvad praktikanten skal lave, og læringsmålet beskriver, hvad praktikanten skal lære af at udføre arbejdsopgaven.
- Læringsmålene skal have en kobling til **praktikkens generelle læringsmål**, som findes i praktikkens fagbeskrivelse.
- Der skal formuleres **faglige og personlige mål**.
  - De **faglige mål** har fokus på, at praktikanten skal øve sig i at løse kommunikationsopgaver ved at koble sin **teoretiske bagage** sammen med den **praktiske erfaring**.
  - De **personlige mål** handler om, at praktikanten kan udforske sit **personlige potentiale** i branchen. Det kan fx handle om at udforske sine styrker, svagheder, interesser og professionsforståelse. Der er her fokus på praktikantens personlige dannelse ind i faget.
- Der skal formuleres faglige og personlige **læringsmål til hver arbejdsopgave**, som blev beskrevet i den forrige del af læringsplanen. Det skal være tydeligt, hvilken arbejdsopgave læringsmålene hører til.

- Ovenstående udelukker ikke **yderligere læringsmål**, som ikke kan tilknyttes en bestemt arbejdsopgave, men som fx kan handle om at begå sig på en arbejdsplads.

### **Løbende evaluering af forløbet**

Den fjerde del i læringsplanen handler om, hvordan praktikken løbende bliver evalueret.

Vær opmærksom på følgende, når I udfylder denne del af læringsplanen:

- Praktikant og praktikvejleder skal **evaluere**, hvordan begge oplever **samarbejdet** både **fagligt og trivselsmæssigt**. Dvs. at evalueringerne skal indebære:
  - en **status på læringsmålene** og opdatering af arbejdsopgaverne, hvis nødvendigt.
  - en snak om, hvorvidt praktikanten **trives** på arbejdspladsen.
  - Det kan bl.a. være relevant at tale om, hvorvidt **feedback-strukturen** fungerer, hvordan praktikanten trives i **kulturen** på arbejdspladsen, om der er forslag til **forbedringer** osv.
- Det skal beskrives, hvor ofte og hvordan man mødes, og evt. hvilke emner der tages op.

Har I spørgsmål til udfyldelsen af læringsplanen, bedes I kontakte praktikkoordinator, Yasmin Kishik Billund på [ykb@dmjx.dk](mailto:ykb@dmjx.dk) eller tlf. 20 25 57 04.

## **Eksempler på beskrivelse af arbejdsopgaver og læringsmål**

Nedenfor kan du læse to eksempler på, hvordan arbejdsopgaverne kan beskrives og vægtes. Derudover kan du læse, hvordan læringsmålene kan formuleres, hvad forskellen på faglige og personlige læringsmål kan være, og hvordan læringsmålene kan kobles til arbejdsopgaverne. Eksemplerne kommer fra tidligere praktikanter læringsplaner.

### **Eksempel 1:**

#### Arbejdsopgaver:

1. Ekstern kommunikation: Formidling på blandt andet sociale medier og virksomhedens to hjemmesider gennem tekst, video og grafik (30%).

2. Strategi: Tilpasse indhold til virksomhedens målgrupper - sikre klart formidlet og målrettet kommunikation på tværs af kanaler. Udvikle et håndgribeligt strategidokument for virksomheden, der sætter ord på, hvad vi gør, og sikrer at alle i virksomheder arbejder hen imod det samme (10%).

3. Eventpromovering og koordinering med samarbejdspartnere (15%).

4. Idé- og konceptudvikling i forbindelse med kommunikation og events (25%).

5. Research og netværk. Til grund for kommunikationsstrategien og eksekvering er der et behov for forståelse af branchen og virksomhedens samarbejdspartnere. Herunder forståelse for interne begreber mm. Dette opnås via deltagelse i events og på møder samt research i og via relevante medier (20%).

Fagligt udbytte (læringsmål):

### **1. Arbejdsopgave**

**Fagligt læringsmål:** Jeg skal opnå en praksisforståelse af drift og udvikling af SoMe og hjemmesider. Derudover er det et mål, at jeg identificerer forskellige tone of voice og er konsekvent i brugen af dem. I forhold til virksomhedens visuelle identitet er det et mål, at jeg skal kunne udfordre det nuværende udgangspunkt og se om det kan blive endnu skarpere, så det rammer målgruppen endnu bedre.

**Personligt læringsmål:** Jeg skal lære at formulere mig stærkt, naturligt og legende på engelsk, ligesom jeg gør det på dansk. Derudover skal jeg lære at arbejde under stort ansvar og selv opsøge nye arbejdsopgaver.

### **2. Arbejdsopgave**

**Fagligt læringsmål:** Jeg skal lære at kombinere teori og praksis ved at udfordre den nuværende kommunikationsstrategi i virksomheden. Derudover er det målet, at jeg skal udvikle kompetencer inden for forskellige kommunikationskanaler ved at afprøve, evaluere og videreudvikle forskellige metoder og discipliner og derved bidrage til en udvikling af strategien.

**Personligt læringsmål:** Jeg skal lære at tro på, at jeg kommer med relevant viden og erfaring og derved kan byde ind med relevante og brugbare synspunkter.

### **3. Arbejdsopgave**

**Fagligt læringsmål:** Jeg vil udvikle kompetencer indenfor eventudvikling og -eksekvering. Derudover skal jeg arbejde mod at skabe en netværkseffekt gennem indhold, som giver folk i branchen lyst til at dele indholdet (earned-media).

Jeg vil lære at balancere brugen af forskellige formater og afprøve, om det for eksempel vil give mening at benytte videoformatet i højere grad - kan det give et bedre resultat?

**Personligt læringsmål:** Jeg vil mærke følelsen af at spille en central rolle i udførelsen af kommunikationen for virksomhedens events og dermed tage del i den fælles succes, vi som virksomhed forhåbentligt opnår.

### **4. Arbejdsopgave**

**Fagligt læringsmål:** Jeg skal mestre kunsten i at lade kommunikationen være kreativ og under konstant forandring. Jeg skal bidrage med et nyt synspunkt med de redskaber og den friske viden, jeg har fra kommunikationsuddannelsen og derved udfordre de eksisterende vaner i sprog og format. Jeg skal forsøge at tænke målgruppen ind i afviklingen på et praktisk niveau. Som for eksempel at designe programmet for eventet, så der er godt med plads til at netværke, at der ikke er spildtid osv.

**Personligt læringsmål:** Jeg skal turde slippe min kreativitet løs og kaste skøre idéer i luften blandt mine kollegaer. Derudover skal jeg lære at være omstillingsparat, da det er præmissen i virksomheden, at en plan kan blive ændret i sidste øjeblik til fordel for en bedre og pludselig idé.

### **5. Arbejdsopgave**

**Fagligt læringsmål:** Jeg ønsker at få et indblik i og forståelse for startupøkosystemet samt rejsen fra idé til global virksomhed. Derudover vil jeg tilegne mig sproget, der bliver talt i branchen for at få en grundforståelse, der skaber udgangspunktet for nye idéer og for at kunne kommunikere troværdigt.

**Personligt læringsmål:** Kunsten i at turde netværke og tale med folk, der har været i gamet i længere tid og vise, hvad jeg har at byde ind med som kommunikator med frisk forståelse for teorien og nye tendenser indenfor mit fag.

## **Eksempel 2:**

### Arbejdsopgaver:

The following tasks are written in order of priority:

- Project management (conception, implementation, and analysis of projects)
- Creative (storyboarding, customer focus, innovation, and association)
- Communication (Teamwork and communication skills)
- Media (skills and knowledge in brand strategy, direct Marketing, media planning, optimization, social media)
- Marketing (planning, design, and implementation of campaigns).

### Fagligt udbytte (læringsmål):

#### **Project management**

Professional goal: Gain experience with managing and cocreating media and marketing projects across departments, with and for XX and content creators.

Personal learning aim: Challenge my communication/marketing centered mindset and understand the perspective of co-workers and external partners.

#### **Creative**

Professional goal: Gain hard skills in storyboarding, media production, and social media execution of creative projects in text and video.

Personal learning aim: Address my weakness of having an unstructured workflow when working alone on projects.

#### **Communication**

Professional goal: Gain skills in explaining and elaborating on projects across departments outside of marketing.

Personal learning aim: Get better at being inclusive when working on projects.

#### **Media**

Professional goal: Learn to develop and execute a brand strategy and brand identity in several of the company's sub-brands.

Personal learning aim: Become more comfortable with asking questions and putting my ignorance on display when working with new topics and cultures, in order to gain a better understanding and make less assumptions.

### **Marketing**

Professional goal: Learn to develop and execute campaigns aimed at different target audiences through different sub-brands. Along with gaining an understanding of how to identify and categorize different subcultures within a hobby/niche, and in turn, how to diversify communication to connect with the target audience.

Personal learning aim: Becoming better at inserting myself into a position of learning and reflection after releasing content.