

# HUR KAN YRKESHÖGSKOLAN SAMARBETA MED NÄRINGSLIVET?

Projekt ENTRO:s modell för fadderföretag och mentorskap

ANNA SANNHOLM



# HUR KAN YRKESHÖGSKOLAN SAMARBETA MED NÄRINGSLIVET?

## Projekt ENTRO:s modell för fadderföretag och mentorskap

ANNA SANNHOLM

### SAMMANFATTNING

Projekt ENTRO-verksamhetskoncept för företagsamhet var ett ESF (Europeiska Socialfonden) delfinansierat projekt som pågick på Yrkeshögskolan Novias enhet i Raseborg under tiden 1.3.2011-30.6.2014. Projekt ENTRO syftade till att bygga upp, testa och utvärdera ett verksamhetskoncept för företagsamhet med avsikten att öka andelen potentiella företagare bland de studerande och de utexaminerade. Verksamhetskonceptet bestod av tre centrala delar:

- Studiehelheten Entreprenörskap & Affärsutveckling (15 studiepoäng), som testades under tre läsår i tre testpiloter á 13 studerande.
- Samarbetsmodeller mellan utbildningarna och regionens små- och medelstora företag: fadderföretag, mentorskap och utvecklingsprojekt.
- Fortbildning av företagare, samarbetspartner, personal och studerande tillsammans.

Projekt ENTRO beskrivs i sin helhet i *Slutrapport projekt ENTRO-verksamhetskoncept för företagsamhet* som även finns publicerad i Novias serie. I denna rapport kommer samarbetsmodellerna med regionens näringsliv att beskrivas närmare.

För mer information: [www.entro.novia.fi](http://www.entro.novia.fi)

### SUMMARY IN ENGLISH

The development project ENTRO - Concept for Entrepreneurship, focused on recognizing and strengthening entrepreneurial attitude and skills among the students at Novia University of Applied Sciences, campus Raseborg in Finland between 2011-2014. The project developed, tested and evaluated several methods and tools in order to strengthen cooperation between students, companies and Novia UAS. ENTRO was mainly funded by the EU (European Structural Funds).

Utgivare: Yrkeshögskolan Novia, Wolffskavägen 33, 65200 Vasa, Finland

© Yrkeshögskolan Novia, Anna Sannholm

ISBN 978-952-7048-11-5 (online), ISSN 1799-4187

Novia Publikation och produktion Serie A: Artiklar 1/2015

Layout: Jessica Taipale / Kommunikatören

## INNEHÅLL

Bakgrund	4
Syfte	4
Mål och målgrupper	4
<b>1. FADDERFÖRETAGSMODELLEN</b>	<b>5</b>
<b>Grundtanken med fadderföretagssamarbetet</b>	<b>6</b>
<b>Nyttan för studerande</b>	<b>6</b>
<b>Fördelar för fadderföretaget</b>	<b>6</b>
<i>Fadderföretagssamarbetets möjligheter</i>	6
<b>Handledning och stöd</b>	<b>6</b>
<b>Samarbetet med fadderföretagen</b>	<b>7</b>
<b>Resultat</b>	<b>7</b>
<b>2. MENTORSKAPSMODELLEN</b>	<b>9</b>
<b>Mentorskap som utvecklingsmetod</b>	<b>9</b>
<b>Projekt ENTRO:s mentorskapsmodell</b>	<b>9</b>
<b>Handledning och exempel på upplägg i studierna</b>	<b>10</b>
<b>Praktiska arrangemang</b>	<b>11</b>
<b>Råd till adepten</b>	<b>11</b>
<i>Mentorskapets fördelar för adepter</i>	11
<b>Råd till mentorn</b>	<b>11</b>
<i>Mentorskapets fördelar för mentorer</i>	12
<b>Resultat och rekommendationer</b>	<b>12</b>
Referenser	14
<b>Bilaga 1: Exempel på fadderföretagscase</b>	<b>15</b>
1. Att skaffa ett fadderföretag	
2. Fadderföretagets marknadsföring i sociala medier	

## BAKGRUND

Yrkeshögskolan Novia har i sin pedagogiska strategi 2012-2016 speciellt identifierat företagsamhet som en väsentlig dimension för samtliga utbildningar:

”Vår övergripande målsättning är således att våra studerande ska vara attraktiva på arbetsmarknaden och att vår redan nu höga sysselsättningsgrad ska bibehållas. Denna målsättning uppnås genom att erbjuda utbildning som:

- är arbetslivsförankrad
- integrerar forskning, utveckling och innovation
- fostrar till företagsamhet och hållbarhetstänkande
- ger beredskap att fungera i ett internationellt sammanhang”

De små- och medelstora företagen har en allt mer avgörande betydelse för regionens sysselsättning, utveckling och dynamik. På framtidens arbetsmarknad krävs entreprenörs- och affärskunnande och ett positivt förhållningssätt. Behovet av företagarganda accentueras bl.a. av att ett framtida arbetsliv kräver kompetenser som bejakar kreativitet och olika former av innovationer. Regionens små- och medelstora företag har i samband med ett flertal projekt uttalat önskemål om och behov av ett mera systematiskt och kontinuerligt samarbete.

## SYFTE

*Projekt ENTRO-verksamhetskoncept för företagsamhet* var ett utvecklingsprojekt vid Yrkeshögskolan Novias enhet i Raseborg som delfinansierades av Europeiska Socialfonden under perioden 1.3.2011-30.6.2014. Projekt ENTRO finns utförligt och detaljerat beskrivet i sin helhet i rapporten Slutrapport Projekt ENTRO - verksamhetskoncept för företagsamhet (Sannholm, 2014). Projekt ENTRO hade som målsättning att bygga upp, testa och utvärdera ett verksamhetskoncept som ger de studerande kunskap, verktyg, nätverk och handlingskompetens för företagsamhet. Konceptet förverkligades i nära samverkan med små- och medelstora företag i Nyland.

## MÅL OCH MÅLGRUPPER

Verksamhetskonceptet som byggdes upp, testades och utvärderades innefattade följande element:

1. En studiehelhet på 15 sp som erbjöds samtliga studerande vid Novias enhet i Raseborg. Studiehelheten syftade till att ta tillvara och förstärka företagarpotentialen bland deltagande studerande. Olika alternativ gällande omfattning, struktur och metoder testades under projektet.
2. Olika samarbetsmodeller mellan utbildningarna vid enheten i Raseborg och regionens små- och medelstora företag testades och utvärderades under projektet. Målet var att skapa långsiktighet och förutsättningar för ett fortsatt samarbete.
3. Att förbättra personalens förutsättningar och förhållningssätt till företagsamhet genom fortlöpande dialog och utbyte av kunskap, inspiration och erfarenheter med samtliga samarbetspartner.

Projekt ENTRO hade tre centrala målgrupper:

- studerande vid samtliga utbildningsprogram vid Yrkeshögskolan Novias enhet i Raseborg
- små- och medelstora företag i regionen
- personal vid enheten

I denna rapport beskrivs samarbetsmodellerna *Fadderföretag och Mentorskap* som vidareutvecklades och testades inom projekt ENTRO.

## 1. FADDERFÖRETAGSMODELLEN

---

Fadderföretag som samarbetsmodell var ny på Novias enhet i Raseborg. På olika högskolor och universitet existerar varierande fadderföretagssamarbeten, t.ex. vid Tekniska Högskolan och Internationella Handelshögskolan i Jönköping och I Praktiken Högskolan, en portal som drivs av Svenskt Näringsliv och som ger goda exempel på samarbeten mellan utbildningsaktörer och näringsliv i Sverige. ENTRO:s projektledning utarbetade en fadderföretagsmodell. Målet med denna samarbetsmodell var att varje studerande som deltog i projekt ENTRO ingick i ett tvärfackligt studerandeteam och hade ett fadderföretag i regionen. Vi eftersträvade ett två-årigt samarbete mellan studerandeteamet och fadderföretaget, där parterna träffades regelbundet och utbytte erfarenheter, idéer och information.

Inom ramen för studieläroplanen Entreprenörskap & Affärsutveckling (15 sp) som projektet utvecklade och testade, ordnades fyra kurser i företagsekonomi, samt en stödkurs i handledning och mentorskap:

1. *Affärsmodeller och affärsutveckling, 3 sp*
2. *Marknadsföring och kommunikation, 3 sp*
3. *Ledarskap och teambuilding, 3 sp*
4. *Omvärldsanalys och trender, 3 sp*
5. *Handledning och mentorskap, 3 sp*

Under de fyra kurserna i företagsekonomi fick studerande fadderföretagscase som anknöt till respektive kursstämman och som de löste med exempel och hjälp av fadderföretaget. På det sättet fick de genast lära sig hur teorin används i praktiken på ett verkligt företag och på vilket sätt det påverkar vardagen i ett företag. Studerande fick två case per kurs.

ENTRO:s fadderföretagsmodell bygger på grupparbete och tvärfacklighet, vilket betyder att studerande i de tre pilotgrupperna indelades i team på 4-6 studerande. Eftersom teamet var tvärfackligt och det i varje team fanns studerande från flera olika utbildningsprogram var inte fadderföretaget branschspecifikt. Vi anser att det är lärorikt att även bekanta sig med andra branscher än den egna. Vi ville att ENTRO skulle erbjuda studerande mervärde genom den tvärfackliga dimensionen och att just denna bit kompletterade deras yrkesstudier, där de oftast kommer i kontakt med företag i den egna branschen.

Varje team identifierade potentiella fadderföretag och etablerade ett samarbete med ett av dem. Vi uppmanade studerande att fundera på sina egna kontakter och hur de kunde hitta lämpliga fadderföretag. Studerandes egna intressen och kontakter var således av stor betydelse. I vissa fall tipsade projektledningen eller samarbetspartner om potentiella fadderföretag, men i huvudsak kom studerande själva med förslag på vilka företag som kunde vara intressanta för teamet.

Genom fadderföretaget erbjöds studerande möjlighet att lära sig förstå hur ett företag fungerar; affärsidé, affärsmodell, marknadsföring, organisation, ledning etc. Med tiden kan relationen mellan fadderföretaget och studerandegruppen leda till praktikplatser, examensjobb eller utvecklingsprojekt.

### GRUNDTANKEN MED FADDERFÖRETAGSSAMARBETET

Fadderföretagssamarbetet är en relation som bygger på utbyte av information. Studerande fick uppgifter (fadderföretagscase) som var direkt kopplade både till kursernas innehåll och till hur fadderföretaget fungerar. Förhoppningen var att samarbetet skulle vara meningsfullt för både företaget och de studerande, ett ”win-win” koncept. Studerandeteamet besökte fadderföretaget, berättade om sig själva och ställde frågor. Fadderföretaget ställde upp med sin tid och gav information. Fadderföretag fick möjlighet att träffa unga, företagsamma studerande med nya, fräscha idéer.

### NYTTAN FÖR STUDERANDE

Vad har de studerande för nytta av fadderföretaget? Samarbetet gav bra övning inför arbetslivet. Genom att prata och samarbeta med personer i arbetslivet utvecklade studerande sin sociala kompetens, blev modigare och fick värdefull erfarenhet. De fick möjlighet att omsätta teoretiska kunskaper i praktiska: hur behövs just den här kompetensen i ett verkligt företag? De fick insyn i hur deras framtida yrkesroll skulle kunna se ut. Samarbetet gav även möjlighet till direktkontakt med arbetsgivare och uppmuntrade till nätverksbyggande.

### FÖRDELAR FÖR FADDERFÖRETAGET

Vad får fadderföretagen ut av samarbetet? Företagen fick möjlighet att lära känna företagsamma studerande som var intresserade av företagets verksamhet. Samarbetet gav företaget positiv PR och marknadsföring: ”Vi satsar på ungdomar i vår egen region”. Fadderföretaget fick ta del av ungdomligt nytänkande; nya, fräscha idéer och feedback på sin verksamhet. För företagen innebar det även att de fick insyn i utbildningarnas verksamhet, men också kontakter som ledde till examensarbeten och andra utvecklingsprojekt. Företagen bjöds även in till olika fortbildnings- och inspirationsföreläsningar som projekt ENTRO ordnade på Yrkehögskolan Novia.

### Fadderföretagssamarbetets möjligheter

I bästa fall leder fadderföretagssamarbete till att:

- företaget vill erbjuda studerande sommarjobb eller t.ex. praktikplats
- företaget ger studerande värdefulla kontakter
- studerande fortsätter sitt utvecklingsarbete t.ex. genom att skriva sitt examensarbete på uppdrag av företaget
- företaget vill erbjuda studerande anställning efter avslutad examen
- en företagare som önskar gå i pension hittar en efterföljare
- företaget får nytänkande och värdefull input av studerande som förbättrar t.ex. marknadsföringen.

### HANDLEDNING OCH STÖD

I ENTRO:s fadderföretagsmodell förväntades de studerande ta ett stort ansvar för samarbetet: att hitta företaget, kontakta dem och upprätthålla relationen. Från projektledningens sida höll vi låg profil och ingrep endast om det uppstod problem, gruppen var oense, samarbetet bröts av olika anledningar osv. Viktigt var dock att fadderföretaget fick en kontaktperson på yrkehögskolan (projektledaren i vårt fall) så att de visste vem de kunde vända sig till om de ville diskutera ett problem, ett förslag eller en möjlighet. Viktigt var också att studerande kände stöd från projektledningen, även om

de hade stor frihet att agera och sköta samarbetet själva. Vi uttalade kontinuerligt vårt stöd, erbjöd handledning, ordnade obligatoriska handledningstillfällen och utvärderade arbetet.

I kurserna ingick också regelbunden rapportering om fadderföretagssamarbetet i olika former, bl.a. genom reflektioner och information i de studerandes egen portfolio. Portfolion fungerade som en individuell, skriftlig dagbok där studerande regelbundet dokumenterade fakta, tankar, reflektion och idéer under hela studiehelheten, d.v.s. under två läsår. Portfolion lämnades in fyra gånger per läsår till projektledningen och gav oss en bild av hur konceptet fungerade och uppfattades. Därutöver presenterade varje team sitt fadderföretagssamarbete i en muntlig presentation för alla deltagare som avslut på varje enskild kurs.

### SAMARBETET MED FADDERFÖRETAGEN

Studerande hade ansvar för sin relation med fadderföretaget. Studerande skulle delta aktivt och komma i tid till de möten som fastställts av företaget och teamet. Teamet bokade ett besök hos fadderföretaget och presenterar sig själva och målet med fadderföretagssamarbetet. Studerande förberedde också frågor till fadderföretaget. På besöket kunde t.ex. följande tas upp: förväntningar, målsättningar, hur kommunicerar vi, vem är i kontakt med vem och hur?

Studerandeteamet hade en kontaktperson på företaget som teamet höll kontakt med. Efter att studerande etablerat samarbete med fadderföretaget kontaktade även projekt ENTRO:s projektledare företaget och informerar om projektet, yrkeshögskolan och besvarade eventuella frågor.

### RESULTAT

Projekt ENTRO:s fadderföretagsmodell testades och utvecklades kontinuerligt under tre läsår. Fadderföretagsmodellen var inte ett färdigt paket när ENTRO startade utan vi tog inspiration från flera svenska högskolor (se s. 5) och utformade sedan en egen modell som skräddarsyddes enligt våra förutsättningar, regionens särdrag och studerandes behov och önskemål. Sammanlagt deltog nio fadderföretag och 40 studerande i projekt ENTRO. Studerande representerade samtliga utbildningsprogram vid Novias enhet i Raseborg. I slutet av varje läsår utvärderade vi samarbetsmodellen med både studerande och deltagande fadderföretag. Studerande utvärderade samarbetet individuellt i skriftliga portfolion och separat i kursutvärderingen. Projektledaren intervjuade alla företagsledare.

Vi lyssnade på studerande, deltagande företag och samarbetspartner och förbättrade konceptet efter hand. Enligt feedback av den första pilotgruppen bestående av 13 studerande var det lite otydligt vad man skulle göra och vem som skulle kontakta vem i början. Tidsanvändningen och handledningen fick vi prova oss fram med. Hur mycket tid behöver studerande för att utföra ett case? När behöver de handledning? Vad gör vi när fadderföretaget plötsligt har en väldigt stressig verksamhetsperiod och inte hinner ta emot våra studerande?

Vi insåg att vi behövde vara flexibla och lyhörda för olika behov och olika branschens särdrag men med en tydlig struktur och en konsekvent process. Vi strukturerade upp casearbetet och gjorde handledningen obligatorisk. Grupperna hade under första läsåret erbjudits kontinuerlig handledning av en fadderföretagshandledare och projektledningen, men denna unika möjlighet kunde ha utnyttjats i större utsträckning. Därför beslöt vi att boka in obligatoriska handledningstillfällen med teamen. Vi satsade på informationsspridningen via många olika kanaler (Moodle, e-post och Facebook) och förtydligade uppgifterna, tidtabellerna och inlämningsformatet.

Kursmodellen som vi byggde upp inom ramen för studiehelheten Entreprenörskap & Affärsutveckling innebar att många olika personer var inblandade i fadderföretagsmodellen och i framställningen av fadderföretagscase i varje enskild kurs: lektorer, företagare, fadderföretagshandledaren och projektledningen. Detta medförde att casen var väldigt olika uppbyggda med olika krav på inlämning och utförande. Vi lät det medvetet vara så, utan att använda oss av exakt samma form och modell varje gång. Målsättningen med detta var att studerande skulle lära sig ta till sig information på olika sätt och i olika format. Idén var att simulera det verkliga arbetslivet i så stor utsträckning som möjligt. Ibland ledde detta till missförstånd, att man måste påminna om deadlines etc. och handleda i olika situationer. Med andra ord var det utmanande att få ihop kursen till en fungerande helhet men som motvikt var mångfalden både berikande och lärorik.

Att dela upp studerande i tvärfackliga team var utan tvekan en framgång. Studerandena kom ur sina vanliga mönster och fick träffa nya studiekamrater som bidrog med nya perspektiv och andra sätt att studera. Vissa tyckte att det hade gett mera att ha branschvisa grupper med ett fadderföretag i den egna branschen men vi höll fast vid att fadderföretaget inte behövde vara branschspecifikt. Målet var att studerande skulle få insikt i hur ett verkligt företag fungerar, oberoende av bransch. Det kan vara mycket lärorikt för studerande att se hur det fungerar i en helt annan bransch än deras egen.

Av nio team under sammanlagt tre läsår omfördelade vi två team för att samarbetet inom teamet inte fungerade eller flera studerande från samma team hade hoppat av studierna. Alla nio team samarbetade i minst ett läsår med sitt fadderföretag. Av dem samarbetade fyra team i två läsår med samma företag och det är här vi såg de tydligaste resultaten. Man kan konstatera att det finns både för- och nackdelar med en kortare version av samarbetsmodellen. Ett kortare samarbete kan betyda att relationen blir ytligare och vi ser att det behövs två läsår för att bygga upp ett ömsesidigt förtroende och en djupare relation som sedan kan leda till intressanta utvecklingsprojekt. Två av de längre fadderföretagssamarbetena ledde till konkreta beställningsuppdrag från fadderföretagen och båda teamen utförde ett av fadderföretaget definierat marknadsundersökningsprojekt. Dock hade de studerande som inte var lika intresserade eller ivriga svårare att hålla sitt intresse vid liv, eftersom studierna i ENTRO var valfria studier; för dem hade igen en ettårig version varit lämpligare.

Vi kan se vissa skillnader i grupperna vad gäller grupparbete, engagemang och intresse. Som med alla team fungerar vissa bättre och andra sämre, en del kommer igång snabbare och för andra tar det längre tid att bygga sitt team och sin relation. Några av teamen hade svårare att hitta ett fadderföretag och i några fadderföretag var det svårare att hitta lämpliga mötestider etc. Två team fungerade inte bra och dem omfördelade vi efter ett läsår och avslutade samarbetet med fadderföretaget. Resultatet är mycket väntat. Det är omöjligt att få alla team att fungera och ibland behöver man starta om och hitta nya konstellationer, precis som i de flesta företag eller organisationer. Det är mycket lärorikt för studerande.

Ett av de viktigaste resultaten som testandet och utvecklandet av projekt ENTRO:s fadderföretagsmodell gav är att alla nio team lyckades hitta ett fadderföretag inom utsatt tid och utan större problem. Det visar att det finns en vilja att ställa upp för ungdomar i regionen och att företagen är villiga att sätta tid på det. Det visar också att företagsamma studerande har ett nätverk och vågar ta för sig. Även yrkeshögskolans roll som regional utvecklare och samarbetspartner till regionens näringsliv bekräftas. Detta har varit en mycket positiv erfarenhet.

Ett medvetet drag från projektledningens sida var att inte göra samarbetet för tidskrävande, varken



för studerande eller för företag. Vi var välmedvetna om att vi använde mycket dyrbar tid av medverkande fadderföretag och tänkte att lite kan leda till mer, men för mycket kan leda till avbrott.

Feedbacken från företagen var övervägande positiv. De flesta angav att de gärna ville ställa upp, de vet själva hur det är att vara ung, blivande företagare. Man vill helt enkelt hjälpa till och ser samarbetet med yrkeshögskolan som viktigt. Det leder till att man reflekterar över sin egen verksamhet och börjar tänka i nya banor. Det ger perspektiv på det egna arbetet. Man får feedback av studerande på exempelvis företagets synlighet och marknadsföring. Några tyckte att samarbetet skulle ha kunnat vara intensivare.

Studerande uppgav att kontakten till fadderföretaget var mycket givande. Man bygger upp en relation och lär sig hur ett företag fungerar. Samarbetet ger tillgång till ovärderliga nätverk och bra övning inför steget ut i arbetslivet. Studerande uppskattade också särskilt att företagen var intresserade av deras feedback och deras idéer. Dock upplevde studerande att fadderföretagen ibland hade svårt att hitta tid för dem och deras besök.

## 2. MENTORSKAPSMODELLEN

---

Förutom fadderföretagsmodellen utformade vi inom ramen för projektet en mentorskapsmodell, där vi erbjöd möjlighet till mentorer från företag och organisationer för studerande som deltog. Mentorskapsmodellen har som mål att överbygga klyftan mellan studier och arbetsliv så att studerande redan under studietiden får värdefulla insikter i dagens arbetsliv och förhoppningsvis också goda tips och råd på vägen dit

Projekt ENTRO:s mentorskapsmodell bygger delvis på erfarenheter inom ett tidigare projekt på Novia i Raseborg, Projekt Kick, samt på inspiration och erfarenheter från olika mentorprogram i andra organisationer i Norden, t.ex. Akademikerförbundet Jusek i Stockholm och I praktiken Högskolan, en portal som drivs av Svenskt Näringsliv och som ger goda exempel på samarbeten mellan utbildningsaktörer och näringsliv i Sverige. Vi har även beaktat tips och råd från boken *Mentorskap i praktiken*—så här gör du för att lyckas (Sandberg, 2007).

### MENTORSKAP SOM UTVECKLINGSMETOD

Det övergripande målet med mentorskap är professionell utveckling och självutveckling för båda parterna. Metoden bygger på att både adepten och mentorn är experter på sina respektive livserfarenheter och de kan båda dela med sig av sina erfarenheter under arbetets gång. Mentorskap är en process vars effekter ofta syns först långt senare. Metoden bygger på frivilligt deltagande och på att både mentorn och adepten förbinder sig till arbetet (Sandberg, 2007).

### PROJEKT ENTRO:S MENTORSKAPSMODELL

Målet med projekt ENTRO:s mentorskapsmodell var att varje studerande (adept) som deltog i projekt ENTRO hade en mentor från näringslivet. Vi eftersträvade ett två-årigt samarbete mellan adept och mentor. Adepten och mentorn träffades kontinuerligt. En riktlinje var ca fyra träffar per läsår. Mentorskapet ingick i kursen *Handledning och mentorskap* som löpte parallellt med de fyra kurser i

företagsekonomiska ämnen i studiehelheten Entreprenörskap & Affärsutveckling. Mentorskapsmodellen testades i de två första pilotgrupperna. För den sista pilotgruppen som deltog i projektet under ett läsår istället för två ingick inte mentorskap. Vi bedömde att ett läsår är för kort för att bygga upp en mentorskapsrelation.

När en studerande inledde sina ENTRO-studier var en av de första uppgifterna att börja fundera på vem som kunde vara en intressant och givande person att etablera en mentorskapsrelation med. Samarbetet mellan adepten och mentorn utgick ifrån den studerandes egna individuella intresse. Målet var att den studerande själv skulle komma med förslag om vem som kunde passa som mentor för just henne/ honom. Projektledningen hjälpte till att matcha rätt person vid behov. Adepten kontaktade själv sin potentiella mentor. Vi uppmanade studerande att fundera på människor de träffat hittills i sitt liv: chefer, kollegor på ett sommarjobb, alumner etc. Vi uppmanade studerande att tänka egoistiskt. Vem vill just du träffa? Vem kunde vara nyttig för just dig? Hurudan typ av person skulle du helst ha som mentor? Vilken position på ett företag kunde den här personen ha? Vill du träffa någon som själv har startat ett företag eller vill du träffa någon som jobbar på ett företag inom branschen som är intressant för just dig och din framtida karriär? Du kanske vill bolla olika affärsidéer eller fundera på hur du kan påverka din utbildning till det bättre?

De 13 studerande som började ENTRO i första pilotgruppen i september 2011 förhöll sig positiva till uppgiften och alla lyckades etablera ett samarbete med en mentor från näringslivet. En liten grupp av dem fick tips om möjliga mentorer från projektledningen. Även för den andra pilotgruppen som inledde sina ENTRO-studier i september 2012 blev resultatet framgångsrikt. Alla deltagande studerande lyckades etablera kontakt med en mentor. Några studerande fick tips på personer från projektledningen.

### HANDLEDNING OCH EXEMPEL PÅ UPPLÄGG I STUDIERNA

För att komma igång med mentorskapet höll vi inledningsvis ett handledningstillfälle inom ramen för den stödande kursen Handledning och mentorskap. Vi gav då information om mentorskap och berättade om mentorskapets syfte och varför vi satsade på denna samarbetsform.

Några av studerandena rapporterade att det kom som en överraskning att de själva skulle kontakta sina mentorer. Vi upplever dock att majoriteten av de studerande såg positivt på detta, särskilt efter att de fått mer stöd och information hur de kan gå tillväga och var de kan hitta en lämplig mentor. Efter det inledande handledningstillfället gav vi de studerande tre veckor tid att grundligt fundera på vem som kunde passa som just hennes/hans mentor. Vi bad dem prata med lärare och andra studerande. Slutligen skulle de boka en tid med projektledningen och bolla sina tankar, få råd och förslag, innan de avslutningsvis tog kontakt med olika potentiella mentorer. Efter tre veckor höll vi ett andra handledningstillfälle där de studerande presenterade sina mentorer.

Vi i projektledningen betonade från allra första början att vi fanns där och stödde de studerande genom hela processen och att de när som helst kunde komma till oss och be om råd och hjälp. Under handledningsträffar kunde studerande förbereda sig inför en mentorträff, de fick hjälp om det uppstod problem samt möjlighet att utbyta erfarenheter med varandra om sitt mentorskap (förväntningar, problem, tips och idéer). Vi inledde varje ny termin med ett handledningstillfälle som kallades "Nytt liv i mentorskapet" där alla i tur och ordning fick berätta om sina erfarenheter och utgående från detta sammanställa en lista med exempel på temaområden som kan tas upp på mentorträffar.

Adepten ansvarade för att förbereda sig för varje möte med mentorn genom att formulera 1-2 frågor/temaområden som kunde tas upp. Exempel:

*Vilka kunskaper efterfrågas särskilt mycket i branschen?*

*Vilken karriär passar studerandes intressen in på?*

*Hur startade mentorn sitt eget företag?*

*Feedback på arbetsansökan, stipendieansökan, CV*

*Berätta om hur du kom ut i arbetslivet!*

*Vad vet din mentor om ditt utbildningsprogram eller Yrkeshögskolan Novia?*

## PRAKTISKA ARRANGEMANG

Efter att adepten etablerat kontakt med en mentor, kontaktade projektledaren varje mentor per e-post eller telefon och berättade om projektet, samt skickade ett dokument där mentorskapsmodellen presenterades: syfte, mål, innehåll, ansvarsområden, tips och råd. Vi betonade att det är adepten som ansvarar för träffarna; bokar tid, förbereder frågor och temaområden för diskussion etc. Det var inte mentorn som ansvarade för en fungerande process.

Mentorträffarna kunde hållas på Yrkeshögskolan Novia, t.ex. som lunchmöte, på mentorns arbetsplats eller på neutral mark. Mötet kunde också ske på en mäsas eller på promenad. Adepten kunde få närvara vid ett kundmöte eller sitta med på en intern palaver. Alla dessa detaljer kom adept och mentor överens om tillsammans. I projekt ENTRO tog vi fram ett enkelt mentorskapskontrakt som vi bad studerande att fylla i tillsammans med sin mentor under den första träffen. Kontraktet hade ingen som helst juridisk betydelse, snarare mental. Båda skulle känna att de förband sig till ett samarbete som tas på allvar.

## RÅD TILL ADEPTEN

Vi betonade att adepten själv ska ta ansvar för mentorskapet. Det är adeptens egen personliga utveckling som är i fokus. Vi förberedde våra studerande på att det inte alltid är helt lätt de första träffarna; det kan kännas lite spänt och ovant. Det kräver både tid och tålamod. I början kan det vara lite trögt eller kännas att det inte ger något. Men de ska inte ge upp, det tar tid att bygga upp en relation. Det ger bra övning inför arbetslivet och hur man bemöter nya människor i olika roller.

### Mentorskapets fördelar för adepter

- Möjlighet att bygga nätverk och skapa värdefulla kontakter till arbetslivet
- Ta del av erfarenhet från branschen
- Självutveckling: samtal om studier med någon utomstående person kan vara berikande och ge helt nya idéer och perspektiv på studierna
- Stärker självförtroendet och ökar självkännedomen
- Kan motivera till bättre studie- och arbetsresultat
- Utvecklar den sociala kompetensen

## RÅD TILL MENTORN

I boken Mentorskap i praktiken- så här gör du för att lyckas får vi nyttiga tips för den som fungerar som mentor (Sandberg, 2007). En viktig funktion är att visa att du verkligen tror på din adept och vill bidra till att stärka adeptens självkänsla. Mentorskapet är ett frivilligt, oavlönat förtroendeuppdrag. I gengäld får du en adept som du inte har något chefsansvar för och inte står i något beroende- eller konkurrensförhållande till. Allt du ska göra är att lyssna, reflektera, ge synpunkter och återkoppling.

Fokus är på att adepten ska utvecklas. Adepten är huvudperson och adeptens behov står i centrum. Om adepten blir alltför passiv är det mentorns uppgift att återföra initiativet till adepten. Adepten har huvudansvaret för vilka ämnen och frågor som ska tas upp.

### Mentorskapets fördelar för mentorer

- Möjlighet att få verka som bollplank för en ung person
- Ger insikt i den studerandes vardag
- Utvecklar kunnandet i kommunikation och handledning
- Utvecklar det egna ledarskapet
- Ger nya idéer och aktuell information om utbildningen i branschen
- Positiv PR för mentorn och mentorns företag
- Inbjudan till olika föreläsningar och fortbildningar som projekt ENTRO ordnar
- Möjlighet att hitta potentiell framtida arbetskraft och kontakter.

### RESULTAT OCH REKOMMENDATIONER

I slutet av varje läsår gjordes en utvärdering av samarbetet. Alla mentorer svarade på en kort enkät via e-post och adepterna redogjorde för och utvärderade mentorskapet i en skriftlig portfolio. Förvånansvärt lite problem rapporterades under processens gång. Enstaka studerande valde att byta mentor efter halva tiden, dvs. efter ett läsår.

Ett medvetet val var att låta våra studerande ta ett stort ansvar för mentorskapet. Vi detaljstyrde inte utan gav riktlinjer för hur det kunde göras. Majoriteten av de medverkande adepterna rapporterade att mentorskapet var givande för dem och att det gav dem ett mervärde. Av alla olika delar som ingått i ENTRO-studierna så är det mentorskapet som fått överlägset bäst betyg av deltagande studerande. Så här utvärderade studerande:

*”Mentorskapet har varit en av de bästa sakerna under studietiden. Gett mera självförtroende. Har varit nyttigt och viktigt att vara tvungen att ta kontakt med en person ute i arbetslivet. Var bra att få träna detta att ringa, framföra sitt ärende, presentera sig. Mentorskapet är något som kunde ingå i de vanliga studierna.”*

*”Mentorskapet är väldigt givande, i.o.m. att det är något man aldrig skulle göra på egen hand. Samtidigt ger det en mod att kontakta någon ”berömd” i branschen.”*

De som avbröt sina ENTRO-studier gjorde det av andra orsaker än att mentorskapet inte fungerade. För några enstaka studerande tog mentorskapsprocessen längre och fungerade delvis eller inte alls p.g.a. personkemi eller ointresse. Mentorskapet kräver mod och ett starkt eget engagemang för att lyckas. För en del av de studerande kanske mentorskapet skulle ha passat bättre i ett senare skede av studierna. I projekt ENTRO:s mentorskapsmodell påbörjades mentorskapet i början av det andra läsåret.

Vi valde att ha en två-årig mentorskapsmodell. Vi anser att ett läsår inte räcker till. Under första terminen startades mentorskapet upp och de studerande gavs god tid att grundligt fundera på vem hen helst skulle inleda en mentorrelation med. Under andra terminen skapades en relation, ett första inledande möte och ett par träffar till. Därefter var relationen igång. Efter en lång sommarpaus för många av de studerande fortsatte mentorskapet under det andra läsåret och då var ambitionen att det skulle leda till en djupare relation med konkreta resultat. En stor del av de lyckade relationerna ledde

till praktikplatser, sommarjobb, examensarbeten, utvecklingsprojekt och t.o.m. anställning efter avslutade studier. Så här utvärderade deltagare:

*”Behövs minst två år för att kunna ge den hjälp adepten behöver, bör vara två-tre år.”*

*”Skulle inte ha fungerat lika bra med kortare tid. Första året gick ut på att lära känna varandra och skapa förtroende för varandra. Adepten förberedde frågor inför träffarna och var lite spänd. Pratade mycket om företaget och företagande. Först andra året har träffarna blivit mera avslappnade och lediga och diskussionerna har löpt mera fritt.”*

Mentorerna bjöds även kontinuerligt in till olika tillställningar som projektet ordnade, exempelvis gästföreläsningar och affärsfrukostar. Detta har uppskattats av en del av dem och vi har fått positiv feedback. Vidare utvärderade mentorerna att det känns bra att ställa upp för ungdomar, få insikt i aktuellt i branschen och framförallt reflektera över den egna verksamheten och få nya idéer, utvecklingsförslag och liknande.

*”Mentorskapet har varit bra för mig på så vis att jag har själv måste fundera på vad företaget och jag själv har för viktiga mål och värderingar. Det har satt mig att fundera lite på vad som man kunde förbättra genom man ser bakåt hur det har varit och vad som förväntas av mig och företaget i framtiden, kundernas behov osv.”*

*”Mentorskapet är ett bra koncept. För mig har det gett tid för reflektion och samtal. Det har nästan haft en terapeutisk funktion.”*

Vi rekommenderar att mentorskap fortsätter som en valfri möjlighet för alla studerande på Yrkeshögskolan Novia i Raseborg efter att projekt ENTRO avslutats. Nu finns en väl testad och utvärderad modell att använda. Resultaten har varit över förväntningarna goda och positiva. En fortsättning skulle därför vara mycket motiverad och ge ett kontinuerligt utbyte av erfarenheter mellan yrkeshögskolan och regionens näringsliv.

Ett alternativ till projekt ENTRO:s mentorskapsmodell skulle kunna vara mentorskap i grupp, där ett antal studerande träffas enligt olika intresseområden och får inspiration och vägledning av en mentor tillsammans. Ett konkret exempel på detta kunde vara fyra studerande som vill starta eget företag och som får en gemensam mentor i form av en företagsrådgivare i regionen. Det här skulle vara en mycket intressant variant att testa i ett framtida projekt vid Yrkeshögskolan Novia.

# REFERENSER

---

Yrkeshögskolan Novias pedagogiska strategi 2012-2016 <https://intra.novia.fi/verksamhetsledning/overgripande-dokument/strategier/pedagogisk-strategi-2012-2016>

Utvärdering med deltagande studerande: september 2011, april 2012, september 2012, april 2013, september 2013, april 2014

Utvärdering med mentorer och fadderföretag: april 2012, april 2013, april 2014

Bondsforff, M., Hillo, N., Ingman, M., Karlsson, G.B., Lerche, J., Lindholm, A., Åberg, T. (2003). KICK. Handbok för mentorer.

Lerche, J., Lindholm, A., Löv, M., Hillo, N. (2003). Mentorskap i Yrkeshögskola. Manual för lärare och studerande utarbetad av projekt KICK 2000-2003.

Sandberg A-K. (2007). Mentorskap i praktiken-så här gör du för att lyckas.(u.o.) Hjalmarson Högberg Bokförlag.

Sannholm, A. (2014). Slutrapport projekt ENTRO-verksamhetskoncept för företagsamhet. Novia Publikation och produktion, serie R: Rapporter 4/2014

Jusek: Fackförbund-Akademikerförbund <http://www.jusek.se/Karriar/Mentorskap/> (hämtad 9.9.2011)

Guide till samverkan för lärosäten <http://www.ipraktikenhogskola.se> (hämtad 5.6.2011)

# Bilaga 1: Exempel på fadderföretagscase

## 1. ATT SKAFFA ETT FADDERFÖRETAG

Mål: Varje team skall skaffa sig ett fadderföretag enligt den modell ENTRO utvecklat.

- 1) *Diskutera i teamet hurudant fadderföretag ni är intresserade av*
  - (Stort/litet företag, lokalt/regionalt/nationellt eller internationellt verksamt, bransch, varu- producerande/service, nyetablerat eller äldre?)
  - Utgående från gruppens resonemang identifieras och rangordnas 3 potentiella företag med uttalade motiveringar – varför just dessa företag? Vad är gruppen speciellt intresserad av i dessa företag?
  - Utnyttja era kontakter (eller kontakternas kontakter)
- 2) *Förbered den första kontakten till ett potentiellt fadderföretag*
  - På vilket sätt tas kontakten? Med vilka argument?
  - Hur beskriva rollen som fadderföretag? (tidsanvändning, förväntningar).
  - Hjälpmedel: ENTROs fadderföretagsmodell.
- 3) *Tag kontakt med det tilltänkta företaget /tilltänkta företagen*
  - Mål: överenskommelse om fadderföretagssamarbete två läsår
  - Praktiska frågor: kontaktperson, hur hålla kontakten, tidsramar etc.
  - Casestudier: berätta att ni får uppgifter som ni ska utföra i samarbete med företaget (besök, intervju, ca 1-2 per termin)

## 2. FADDERFÖRETAGETS MARKNADSFÖRING I SOCIALA MEDIER

Använder sig företaget av sociala medier som arbetsverktyg?

1) *JA* →

Gör en grundlig kartläggning och analys av fadderföretaget i sociala medier:

- Vilka kanaler används?
- Hur används de? (bekanta er med företagets tidigare inlägg och analysera hur de används)
- Kunde något göras bättre/annorlunda/utvecklas?
- Vilka eventuella problem har företaget stött på? (tidsbrist, resursbrist, negativ kritik etc.)
- Har företaget en intern policy för hur sociala medier skall användas?
- Har man på företaget ordnat fortbildning eller kurs för de anställda om sociala medier?
- Ge era bästa tips på hur de ytterligare kunde utnyttja sociala medier i sin marknadsföring! Visa exempel.
- Rita företagets ”verktygskarta” i sociala medier (befintliga och potentiella kanaler)

2) *NEJ* →

Gör ett förslag på handlingsplan med ”verktygskarta” för ert fadderföretag för marknadsföring i sociala medier (oberoende av om de säger att de inte har för avsikt att använda sociala medier varken nu eller senare):

- Vilka kanaler kunde vara lämpliga för fadderföretaget?
- Hur skulle de kunna använda dem?
- Vilken är målgruppen?
- Ge konkreta exempel på hur dessa kanaler kunde vara till fördel för företaget

- Vad borde företaget beakta innan de börjar använda sociala medier?
- Finns det risker?

Sätt er ner i lugn och ro i ert team och diskutera caset. Förbered frågor. Vad vill ni veta? Vilka frågor ska ni ställa? Använd information ni fått på föreläsningarna (manual, presentation, översikt med de 6 vanligaste verktygen inom sociala medier). Boka i god tid en träff med ert fadderföretag. Träffa ert fadderföretag och diskutera. Ni har 4 veckor på er att jobba med caset. Skriv en kort rapport. Skriftlig feedback ges på rapporten. Träffa fadderföretaget och presentera resultatet av ert case. Caset presenteras sedan muntligt på slutpresentationen.



YRKESHÖGSKOLAN  
**NOVIA**

Novia är den största svenskspråkiga yrkeshögskolan i Finland med examensinriktad ungdoms- och vuxenutbildning, utbildning som leder till högre yrkeshögskoleexamen samt fortbildning och specialiseringsutbildning. Nova har ca 4000 studerande på sex campus i Vasa, Jakobstad, Raseborg och Åbo.

Yrkeshögskolan Nova är en internationell yrkeshögskola, via samarbetsavtal utomlands och internationalisering på hemmaplan. Novias styrka ligger i närvaron och nätverket i hela Svenskfinland.

Novia representerar med sitt breda utbildningsutbud de flesta samhällssektorer. Det är få organisationer som kan uppvisa en sådan kompetensmässig och geografisk täckning. Högklassiga och moderna utbildningsprogram ger studerande en bra plattform för sina framtida yrkeskarriärer.

YRKESHÖGSKOLAN NOVIA

Wolffskavägen 33, vån 4, 65200 Vasa  
Växel tfn (06) 328 5000  
Fax (06) 328 5110  
[www.novia.fi](http://www.novia.fi)

ANSÖKNINGSBYRÅN

Wolffskavägen 33, 65200 Vasa  
Tfn (06) 328 5555  
Faz (06) 328 5117  
[ansokningsbyran@novia.fi](mailto:ansokningsbyran@novia.fi)

Yrkeshögskolan Nova upprätthåller en publikations- och produktionsserie för att sprida information och kunskap om verksamheten såväl regionalt, nationellt som internationellt. Publikations- och produktionsserien är indelad i fem kategorier:

R - Rapporter • P - Produktioner • A - Artiklar • L - Läromedel • S - Studerandes arbete

Läs våra senaste publikationer på [www.novia.fi/FoU/publikation-och-produktion](http://www.novia.fi/FoU/publikation-och-produktion)