

Velkommen på seminar 3

Undervisningsdesigns, feedback, forankring i
organisationer og nye mål

Program - Mandag

13.00	Velkommen til seminar 3 Underviserroller i forbindelse med entreprenørielle og innovative undervisningsformer V/Helle
14.30	Eftermiddagskaffe
15.00	Introduktion til NaBC og andre præsentationsmodeller i læringsøjemed v/Julie
15.30	Gæsteoplæg v/ Lauge V Rasmussen om Pitcherific-værktøjet og præsentationer generelt
16.00	Pitches i praksis – udforme 2-minutters pitches om projekterne samt afvikle pitches med peer feedback
17.30	Om peer feedback som undervisningsmetode og sidste informationer vedrørende morgendagens præsentationer
18.00	Middag
19.00	Mulighed for at lægge sidste hånd på præsentationerne

Program - tirsdag

8.30	Sidste klargøring og evt. gruppebillede
9.00	Præsentation af projekter, herunder forfriskning kl. 10
12.00	Frokost
13.00	Sidste præsentation
13.20	Refleksion på feedback fra opponenter i præsentationsgrupper (ud fra guideline) v/Julie
13.40	Hvilke behov ses på baggrund af projekternes status (teori, metoder, værktøjer m.m.)? v/Julie
14.10	Eftermiddagskaffe
14.30	Oplæg om "Det entreprenørielle universitet"/"Den entreprenørielle skole"
14.50	Kobling mellem Vision og strategisk grundlag for uddannelserne ved Health, Vision og strategisk grundlag for uddannelserne ved Institut for Odontologi og Oral sundhed og entreprenørskabsundervisning v/Caroline
15.05	Dialog i plenum ang. muligheder og udfordringer mht. forankring af innovative/entreprenørielle undervisningsforløb og – metoder (Fish-bowl-metoden)
16.05	Afrunding og tak for denne gang – vi slutter allersenest 16.30, men nok lidt før

Underviserroller og - kapaciteter

Biggs taksonomi og læringsmål



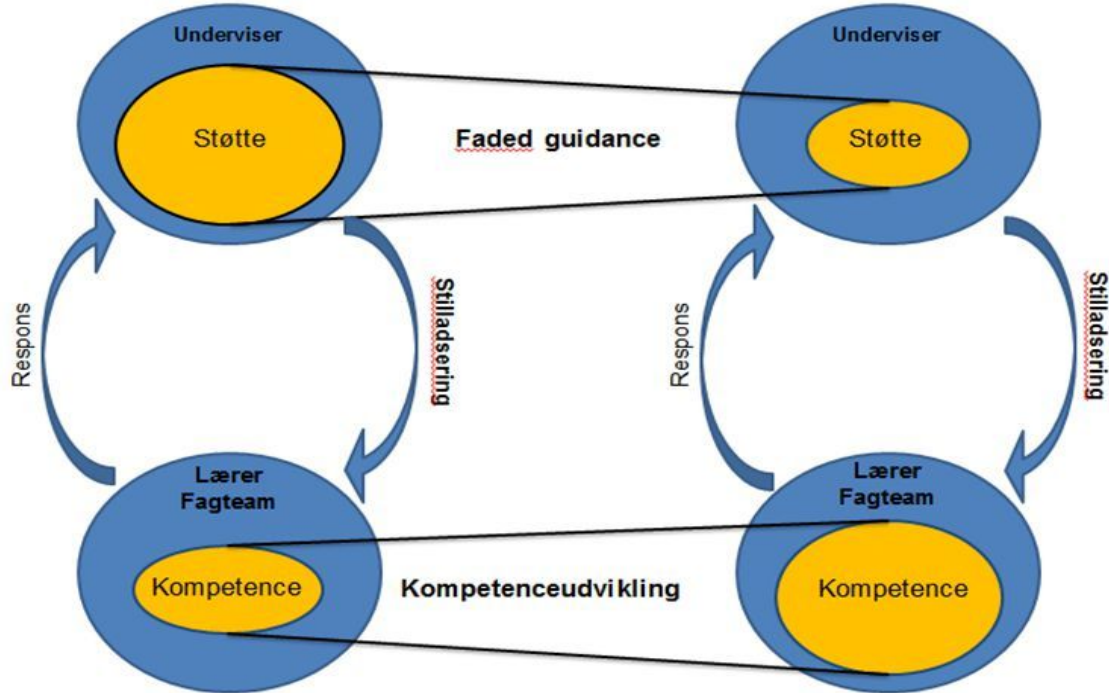
Inspireret af Thomassen (2017)

Læringsdesignet må tilpasses:



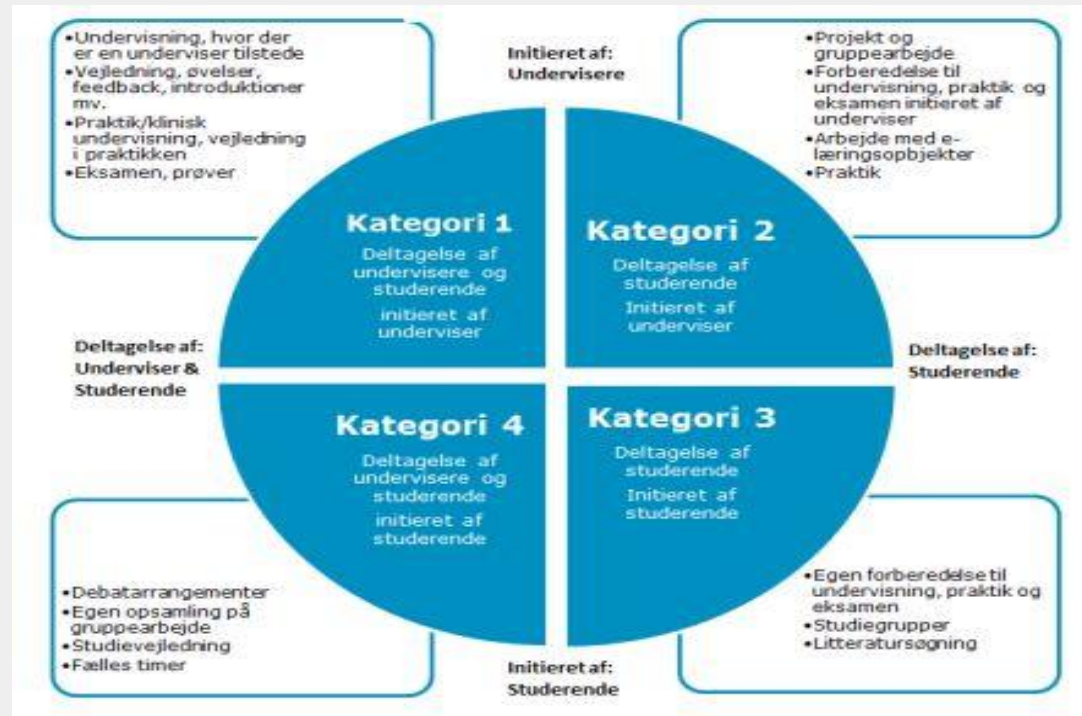
Inspireret af Thomassen (2017)

Faded guidance, kompetenceudvikling og stilladsering (Van der Pol, Volman & Beishuizen, 2010)



Inspireret af Thomassen (2017)

Læringsproces – Studieaktivitet



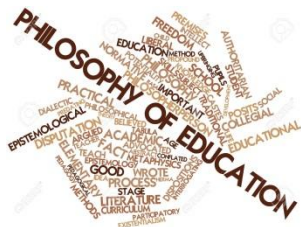
Thomassen (2017): Underviserroller

Educators' capacity	Context	Power Relation	Focus of Education	Educators' professional background	Teaching Approach
Domain expert	Curricular	The educator has the power over learners	→ Focus on content. Educating learners to understand and navigate in a specific knowledge field.	Required in order to be relevant in relation to the project which students are learning through.	Dosing theory
Process facilitator	Curricular and extra-curricular	The educator as facilitator controls the process. Learners control what is created.	→ Focus on process. Educating through a pre-planned learning frame with open ends in order to drive a process forward.	Facilitation competences are required.	Structuring the process and asking questions
Process consultant	Extra-curricular	The educator as consultant guides the process. Learners are in charge of process, content and value creation.	→ Focus on process. Supporting learners to navigate in an open-ended learning process.	Activation of network and ability to find structure in an entrepreneurial process take precedence over formal education.	Asking questions
Coach	Extra-curricular	The educator as coach enables learners to develop on a meta-level.	→ Focus on the development process. Personal development of learners.	Coaching competences are required.	Asking questions
Co-creator	Extra-curricular	The educator and the learner plays equal roles.	→ Engaging in process. Collective value creation.	Becomes relevant in contributing to the value creation.	Participation

Refleksion/diskussion i makkerpar (10-15 min)

- Hvilke(n) af Thomassens roller/kapaciteter får I brug for, når I skal/har gennemført jeres undervisningsforløb? Inddrag evt. også studieaktivitetsmodellen
- Hvilke roller er I mest vant til at bruge?
- Er der stor forskel på de roller, I plejer at anvende, og de nye, I får brug for?
- Hvordan kan I udvide jeres repertoire af underviserroller på kort og lang sigt?

IEEP Masteries/kompetencer (Allan Gibb, 2010)



Pædagogik/didaktik,
der kan simulere
entreprenørens
livsverden, ent.
adfærd,
kommunikation,
følelser, organisering,
tænkning



**New Venture
Creation**

Eller håndtering af
andre org' s behov
for udv



Operations



**Skaffe
ressourcer hjem**

IEEP Masteries/kompetencer (Allan Gibb, 2010)

- State of the art (policy-niveau og entreprenørskabsbegrebet)
- Filosofi (hvordan entreprenørskabsuddannelse placerer sig i den generelle uddannelsesfilosofi)
- Pædagogik (didaktik, der kan bruges til at simulere ent. processer)
- Organisationsudvikling: Hvordan udvikles organisationen (inkl. start-up)
- Netværk
- Strategi (for at integrere entreprenørskab i hele curriculum)
- “Operations” (det, der skal til for at lykkes med ovenstående)
- Hjemtagning af ressourcer
- Personligt entreprenørskab

Personlig refleksion (5 min.)

- Hvor er mine største styrker og svagheder?
- Hvilke kapaciteter kunne jeg særligt tænke mig at udvikle?
- Hvor er vores organisation stærkest?
- Hvor er det særligt vigtigt, at vores organisation udvikler sig?

Et kropsligt overblik

Hvilke af de 9 områder mestrer du bedst?

Hvilke af de 9 områder vil du helst udvikle dig på?

Gruppediskussion (ind til pausen)

- Hvad er status for alle 9 masteries i organisationen? Begrund med konkrete observationer, eksempler etc.
- Hvilke masteries er vigtigst for jeres organisation?
- Hvor kan I med fordel særligt sætte ind?
- Hvordan kan I forbedre jeres mestring af de svage, men vigtige masteries som organisation?
-

Kaffepause

NaBC-intro af Linda Greve CEI/CUL, AU



N – står for Needs og relaterer til det behov, som er udgangspunktet for din udviklingsproces.

Hvem har behovet? Er det et udtrykt og erkendt behov hos målgruppen? Hvordan ser målgruppen på behovet? Hvordan forstår jeg behovet?

A – står for Approach og henviser til den ide/tilgang, som skal dække/løse behovet

Hvad er din tilgang til at imødekomme behovet? Hvordan vil du imødekomme målgruppens behov? Hvad er det unikke ved din tilgang og løsning?

B – står for Benefits og relaterer til de fordele/udbytte som brugeren har ved at benytte sig af din løsning

Hvilke fordele er der ved din løsning? Hvorfor skaber dit design og løsning værdi? Hvilken fordel har det for din målgruppe og organisation?

C – står for Competition og henviser til de konkurrenter og den modstand din løsning vil møde på vejen.

Hvilke faktorer kan indvirke på eksekveringen af din løsning (tid, mangel på motivation, strukturelle forhold el. lign.)? Hvilke ændrede forhold afføder/igangsætter din løsning? Hvordan adskiller din løsning sig fra tidligere lignende tiltag?

NABC

N: Hvad er det
vigtigste bruger og
markedsbehov?

A: Hvad er den
unikke tilgang til at
løse behovet?

B: Hvad er de
specifikke
brugerfordele?

C: Hvordan er disse
fordele bedre end
konkurrenternes?



1: BYG DATAGRUNDLAG
Observationer og interviews

3: BYG MULIGHEDSRUM
Tematik og fortællinger

5: BRUGSFORDELE
Test og behovslink

7: KONKURRENCEN
Fordele og ulemper

2: DEFINÉR FOKUS
Analyser og indsigter

4: BYG LØSNINGSFORSLAG
Udvikling og prototyping

6: IMPLEMENTERING
Strategi og skalering

Carlson & Wilmot (2006): *Innovation – The five disciplines for creating what customers want.*

Lidt mere om Wilson & Carlmots NaBC-model

De 4 bogstaver kan gøre større eller mindre alt efter målgruppe, formål osv.

Kan anvendes som konvergent værktøj m. h. p. at definere value propositions og til præsentationer

Ministry of
Higher
Education,
Malaysia

SRI International

- har udviklet det



Case Western
Reserve
University, USA



PEOPLE, PLANET, PROFIT

PRÆSENTATION

HVAD ER DET?

People, planet, profit er et formidlings- og præsentationsværktøj, der tydeliggør, hvordan løsningen (produktet, servicen, processen) imødekommer de tre P'er.

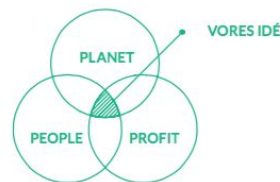
FORMÅL OG BRUG

People, Planet, profit kan bruges:

- Som afklarings- og præsentationsværktøj til at stille skarpt på, hvordan (eller til at tjekke, om) I med jeres løsning tager sociale hensyn, miljømæssige hensyn og forretningsmæssige hensyn.
- Til at tydeliggøre overfor kunden, hvordan I med løsningsforslaget forholder jer til forskellige bundlinjer.

PROCES

1. Kortlæg, hvordan jeres løsning tager afsæt i sociale, miljømæssige og forretningsmæssige hensyn.
2. Redegør for, om I med jeres løsning forholder jer til de tre hensyn. Hvis I ikke gør, bør I måske overveje, om der er noget, I har overset?
3. Beskriv eller visualisér, hvordan I specifikt løser hensyn i forhold til de tre P'er. Underbyg de tre hensyn med eksempler på, hvordan jeres løsning imødekommer disse. Brug disse underbyggede argumenter til at indkredse vigtige pointer til brug i præsentationen, så denne bliver gennemarbejdet (og så pointerne fremstår tydelige og effektfulde).
4. Tag afsæt i modellen som udgangspunkt for strukturen på jeres præsentation, eller brug modellen som et led i jeres præsentation.



EKSEMPEL

1. I har udarbejdet et løsningsforslag til Fakta, hvor I sætter fokus på, hvordan Fakta kan få en mere miljøbevidst profil ved at reducere antallet af madvarer, de smider ud (fx pga. at sidste salgsdato er ved at være nået el. overskredet). I indkredser, hvordan I med jeres løsning forholder jer til de tre P'er.

2. FX: Jeres løsningsforslag imødekommer Faktas målsætning om at blive mere miljøbevidst (PLANET), idet jeres løsning sætter fokus på, hvordan Fakta kan sælge flere madvarer, som snart når sidste salgsdato. Jeres løsning mindsker spild og sikrer derfor Fakta en indtægtsmulighed på xxx kr/månedligt (PROFIT), samtidig med at jeres løsning imødekommer medarbejdernes ønske om at arbejde på en arbejdsplads, der forholder sig til sin omverden (det kan være at medarbejderne vil opleve øget motivation med dette tiltag) og at Fakta dermed kan opnå gladere og mere tilfredse medarbejdere (PEOPLE).

3. I uddyber, hvordan I imødekommer de tre P'er (fx ved at trække på citater – gennem visualiseringer, fotos el. lign.). Fx: Medarbejderne udtrykker ønske om, at Fakta mindsker madspild (da de synes, at mængderne af mad, der går til spilde, er for store). Vi foreslår, at xxx, da dette vil øge medarbejdernes motivation.

4. I strukturerer jeres præsentation med afsæt i de tre P'er, eller I lader en visualisering over, hvordan I imødekommer de tre P-hensyn, indgå i præsentationen (fx i slutningen af præsentationen).

#36

PECHA
KUCHA

PechaKuchaNight™

20 X 20
IMAGES SECONDS



PECHA KUCHA

20 billeder x 20 sekunder = 6,66667 minutter

PPT-format.

Kræver præcision og øvelse.

Sætter fokus på indlevelse og visuel formidling.

PRISMEN

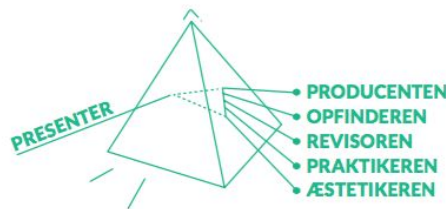
PRÆSENTATION

HVAD ER DET?

Et målrettet feedback og evalueringsrollespil, der træner alsidighed, grundighed, refleksion og samarbejde i og mellem grupper.

FORMÅL OG BRUG

Rollespillet består af 6 karakterer. 1 presenter, der fremfører sin idé, og 5 dommerkarakterer, som vurderer idé og præsentation ud fra hvert sit vurderingskriterium. Presenter får grundig feedback, som kan gøre idéen og præsentationen heraf bedre. Derudover trænes alle parter i, at gode idéer og præsentationer skabes i fællesskab og er resultatet af en fortløbende og involverende proces, hvor kritik og ros anvendes aktivt. Anvendes som del af en iterativ proces med flere præsentationsrunder!



PROCES

1. Udpeg en presenter og fordel dommerkaraktererne tilfældigt. I kan fordele dem mellem de øvrige gruppe-medlemmer eller mellem eksterne, fx medlemmerne i en anden gruppe.

2. Presenter præsenterer sin idé og dommerne noterer både positive og negative vurderinger.

3. Dommerne giver respons én ad gangen – alene ud fra deres karakters bedømmelsesfokus. Presenter kan stille uddybende spørgsmål til dommerne, men ellers ikke give respons på vurderingerne.

4. Presenter tager responsen med tilbage til sin gruppe, som anvender den i videreudviklingen af idé og præsentation.

EKSEMPEL

Dommerkarakterer:

- **Producenten:** Interesserer sig for, om idéen kan eksekveres i morgen.
- **Opfinderen:** Interesserer sig for, om idéen bringer noget nyt til feltet.
- **Revisoren:** Interesserer sig for, om idéen har en solid værdikæde.
- **Praktikeren:** Interesserer sig for valideringen af idéen; er den testet på en overbevisende måde?
- **Æstetiker:** Interesserer sig for den performance presenteren giver – behager den sanserne og pirrer den nysgerrigheden?

TID

5 minutters
forberedelse.
15 minutters
præsentation

DELTAGERE

6 personer

MATERIALER

Papir og pen
Evt. alternative dom-
merkarakterer

RELATEREDE VÆRKTØJER

People, planet, profit
Plan B
de Bono's 6 thinking hats

HAR DU HØRT

EKSPONÉR

HVAD ER DET?

Et præsentationsgreb, der "lader som om", idéen allerede eksisterer som produkt og er en succes.

FORMÅL OG BRUG

Vi "køber" oftest den idé, som vi bedst kan forestille os. Derfor gælder det i præsentationen af en idé, om at fylde de blanke felter ud, så kunderne kan skabe tydelige billeder af produktet, og dets plads i verden, inde i deres egne hoveder. Det kan du hjælpe dem på vej med, ved at præsentere løsningen i detaljer og i nutid eller datid – ikke fremtid! Det er altså ikke en idé, som måske bliver til noget, men en løsning på deres udfordringer, som kunderne bare ikke har hørt om endnu.



PROCES

1. Tag udgangspunkt i din idé og forestil dig en hverdagssituation, hvor den er del af en succes.

2. Skab en samlet fortælling omkring situationen og forsøg at gå så meget i detaljen som muligt.

3. Rens historien for formuleringer som "så forestiller vi os, at..." og andre uspecifikke og fremtidsrettede vendinger. Sørg for at gøre den så specifik som muligt. Det er mere effektivt at præsentere noget kort og konkret end at dække sig bredt ind med "så kan den også...". Find ud af, hvad der er løsningens kernekompetence og præsenter KUN det!

4. Præsenter idéen for kunden. Læg vægt på at skabe en fængende og vedkommende fortælling, så du lægger ud med et anslag og hele tiden har fokus på kunden eller brugerens relation til produktet. De er ikke interesserede i en lang indledning om jeres proces frem mod målet! Hvis der indgår en prototype, kunne anslaget fx starte: "Det du står med i hånden lige nu er..."

EKSEMPEL

Idéen er en digital platform, der forbinder travle haveejere med mennesker, der har brug for haveterapi.

1. Situationen er det daglige gensidigt givende samarbejde mellem to konkrete personer.

2. Fortællingen udspiller sig over en onsdag i september, som begynder med at haveejeren Kirsten betragter sin have over morgenkaffen og ærgrer sig over alle de nedfaldne æbler, som hun heller ikke i dag får tid til at få gjort noget ved. Imens er Nikolaj sygemeldt med stress og ingen af de mange "terapisamtaler" får ham videre.

3. Rent konkret går Nikolaj et par timer i Kirstens have og "ordner småting". Platformen er et redskab til at bringe Kirsten og Nikolaj sammen, så de er med til at opfylde hinandens behov.

4. Vi indleder præsentationen med et billede af efterårsæbler i en kurv og sætningen: "Denne her kurv stod uden for Kirstens hoveddør, da hun kom hjem fra arbejde i dag...". Herefter udruller vi hele historien og fordele for begge parter – og afslutter med platformen.

TID

20 minutter
forberedelse.
5 minutters
præsentation

DELTAGERE

1-4 personer

MATERIALER

Visualiseringsredskaber, fx kamera, PP, tegneredskaber, rollespillere

RELATEREDE VÆRKTØJER

Picturize
Tell me more
Persona fx. MindLab

2 minutters pitch - opgave

Forbered en “unplugged” 2 minutters pitch om jeres projekt til en valgfri, men *anden* målgruppe, end den I henvender jer til i morgen. Det kunne være:

- ledelse
- elever/studerende/kursister
- kolleger
- fagkolleger på andre uddannelsesinstitutioner
- eksterne partnere, der skal indgå i projektet

Strukturer efter NaBC-modellen og brug Pitcherific-værktøjet - du skal vælge NaBC som skabelon!

Pitch – grupper (ca. 4 i hver)

Gruppe 1	
Gruppe 2	
Gruppe 3	
Gruppe 4	

Guideline til peer feedback

NaBC

- Er udfordringen/problemet tydelig?
- Hvor forståelig er approachet/løsningen for målgruppen?
- Hvad har oplægsholderen gjort for at konkretisere fordelene ved konceptet/løsningen/approachet?
- Er der redegjort for alternativer samt hvad der skal ændres for at løsningen kan implementeres?

Andet

- Hvor tydelig er relationen mellem konceptet og målgruppens perspektiv
- Klarhed i formidlingen
- Kreativitet i formidlingen
- Energi og kropssprog

(Peer) feedback som
undervisningselement

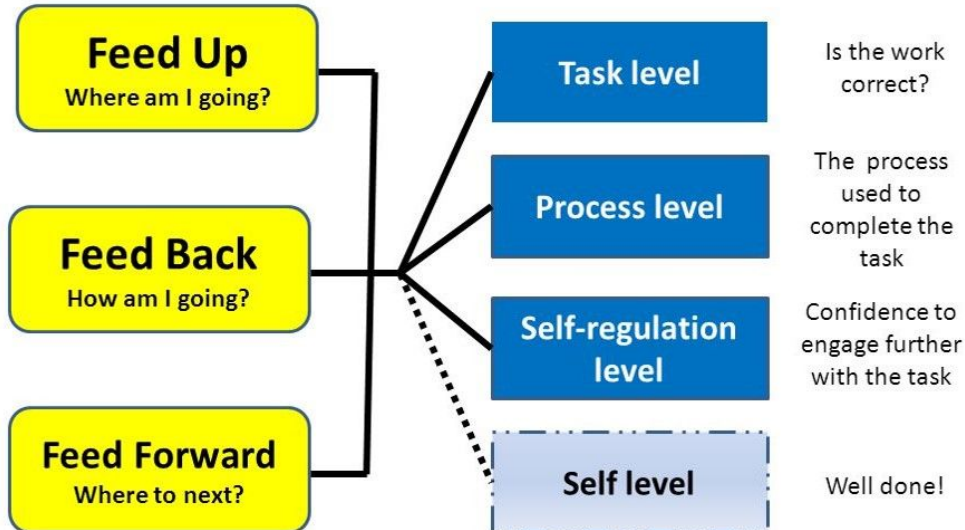
Jamen hvis man primært skal lære af at give (og ikke modtage) feedback, hvorfor har du så ikke sagt det?

Studerende på humanistisk kandidatfag

Flere formål med feedback (Hattie & Timperley)

Each feedback question works at four levels:

Feedback can be about the:



Good feedback-praxis

1. Clarify what good performance is (goals, criteria, standards).
2. Facilitate reflection and self-assessment in learning
3. Deliver high quality feedback to students: feedback that enables students to monitor and self-correct
4. Encourage peer and tutor dialogue around learning
5. Encourage positive motivational beliefs & self esteem through assessment
6. Provide opportunities to close the feedback loop
7. Use feedback information to shape teaching

Source: Nicol and Macfarlane-Dick (2006) Formative assessment and self-regulated learning: A model and seven principles of good feedback practice, *Studies in Higher Education*

Fordele ved peer feedback

- Den studerende modtager mere feedback, end underviseren kan overkomme at levere
- Studerende øger deres produkters kvalitet
- Studerende bliver bedre til at evaluere deres eget arbejde
- Studerende bliver bedre til at give og modtage kritik
- Den største læring opnås af feedbackgiveren

Ved at tilrettelægge aktiviteten med peer feedback, så studerende modtager feedback fra flere medstuderende, og evt. ved at anonymisere de studerende i processen, imødekommes en række potentielle udfordringer: varierende feedbackkvalitet, utryghed ved at vise egne produkter til medstuderende og uvillighed til at være kritisk over for medstuderende.

Kriterier kriterier kriterier!

→ rammer, skabeloner og guidelines

Nogle bud på at skabe rammer

- Styring af mængde af positiv/negativ feedback
- Struktureret rollefordeling (f.eks. opponenter, proceskonsulenter i cafémodellen osv.)
- Forskellige fokusområder, som eleverne kan skiftes til at have
- “scripts”
- Feedback-spil

Præsentationen i morgen

- Som udgangspunkt ca. 8-10 minutter - med mindre andet er aftalt
- Klassiske præsentationsværktøjer til rådighed
- Begræns/fjern tekst
- Helt ok med billeder, modeller osv. på PowerPoints og Prezi

Overvej

- Hvad tager I med fra pitch-øvelsen?
- Hvad skal ind/ud af præsentationen – se guidelines for feedback i morgen som yderligere inspiration
 - Indholdsmæssigt?
 - Formmæssigt?
- Hvordan kan præsentationen ellers forbedres?

Inspiration til opponenternes feedback

Undervisningsdesign

- Hvor tydelig er sammenhængen mellem udfordring og undervisningsdesign?
- Hvor tydelig er relationen mellem undervisningsdesign og målgruppens perspektiv
- Hvordan skaber undervisningsdesignet værdi, og hvordan arbejder målgruppen med værdiskabelse?
- I hvilken grad er der kreative elementer i undervisningsdesignet?
- Hvor nyskabende er undervisningsdesignet (i konteksten)?
- Hvor gennemførbart er undervisningsdesignet?

Præsentation

- Klarhed og præcision
- Formidling

Taksonomiens fire dimensioner

- Er der tydelige referencer til taksonomien?
- Hvilke dimensioner er i spil?
- Foretages der referencer til anden entreprenørskabsteori?