

# Indkaldelse

## Repræsentantskabsmøde

03. juni 2019

kl. 16.00 – 18.00

### Sted

Designskolen Kolding  
Ågade 10, 6000 Kolding

### Deltagere

Merete Due Paarup (MDP)

Sanna Lindberg (SL)

Jonas Smedegaard Buus (JSB)

Karsten Uno Petersen (KUP)

Rune Kirt Thomsen (RKT)

Abelone Varming (AV)

Thomas Holst Madsen (THM)

Michael Qvortrup (MQ)

Anne Qvist (AQ)

Morten Dybro (MD)

Mikkel Jespersen (MJ)

Berit Anne Larsen (BAL)

Mogens Sejer Iversen (MSI)

Bo R. Ulsøe (BRU)

Simon Skafdrup (SS)

Frederikke Antonie Schmidt (FAS)

Kresten Bjørn Krab-Bjerre (KBKB)

Elsabeth Gerner Nielsen (EGN)

Lone Dalsgaard (LDA)

Anne-Mette Hummel Holm (AMH)

Eva Kappel (EKA)

Anne Louise Bang (ALB)

Karina Sørensen (KS)

Christina Beate Husøy (CBH)

Henriette Frøslev Hjortshøj (HFH)

+ [Studieretningsansvarlige](#)

### Referent

Line Willemoes (LWJ)

### Afbud

Morten Bach Jensen (MBJ)

Hans Christian Asmussen (HCA)

Tobias Tøstesen (TT)

## DAGSORDEN

1. Velkommen og godkendelse af dagsorden v. Merete Due Paarup (10 min.)
2. Nyt fra bestyrelsen og skolen v. Merete Due Paarup og Elsebeth Gerner (15 min)
3. Workshop: DSKD studerende/dimittenders forretningsforståelse - facilitator Merete Due Paarup (90 min.)  
bilag 3.0\_cover notat\_aftagerpanel\_forretningsforståelse  
bilag 3.1\_Aftagerundersøgelse af forretningsforståelse - praktikværter og aftagerpanel  
bilag 3.2\_Praktik bilag  
bilag 3.3\_Praktikværtsevaluering 2018  
  
Workshoppen berammes af følgende 3 spørgsmål:  
- Hvad er forretningsforståelse?  
- Hvordan styrker vi forretningsforståelsen?  
- Praktikken er udvidet til 30 ECTS (halvt semester). Hvordan opnår den studerende forretningsforståelse i praktikken?
4. Tak for i dag (5 min.)

## Notat - forretningsforståelse i uddannelsen

DSKD 27.5.19 - EKA

### De studerendes motivation

Et stigende antal af vores studerende kommer ind på uddannelsen med ønsket om at gøre en forskel for brugerne af deres designs. Mange er også drevet af drømmen om at etablere egen virksomhed - typisk fordi de vil udbrede deres designideer uden at skulle gå på kompromis. Med andre ord er de studerende sjældent drevet af økonomisk gevinst i deres designudfoldelse, men i stedet af forståelse for brugerne, fx ønsket om en bedre funktion og et smukkere produkt. At ville brugeren det godt er et fint udgangspunkt for at kunne skabe relevant design, og en god løftestang ift at tale forretningsforståelse. Hvis man gerne vil udbrede sine designs til potentielle brugere, skal man kunne 'følge pengene'.

### Forretningsforståelse på DSKD

Denne tilgang går igen i planlægningen på kursusniveau. På uddannelserne er undervisningen i forretningsforståelse ikke et 'fritstående' element, men indgår som et aspekt blandt andre, hver gang de studerende udfører et designprodukt. Eksempelvis er der i projektbeskrivelsen, der følger designprojekterne, et krav om at kortlægge værdiskabelsen for både bruger og bundlinje.

### Undervisning

Derudover er der forskellige kurser, der har elementer af forretningsforståelse. **Vedlagt er fire eksempler på kursusbeskrivelser** på forskellige studieretninger og årgange:

- Kollektion og produktion - MT BA2\*
- Identitetsdesign - KD BA2\*
- Sko - ID, MT og AC BA3\*
- Design Interventions - KA2\*

### Understøttende undervisning

- Karriereværksted-forløb (BA2, BA3 og KA2\*) med fokus på bla. value creation og crowd-funding
- Obligatorisk samarbejde på afgangprojekterne på BA3 og KA2\* sætter fokus på forretningsforståelse.
- Fokus på værdiskabelse i alle designprojektforløb (BA1-KA2\*) - element i den obligatoriske projektbeskrivelse.

### Praktik

Et vigtigt uddannelseselement ift forretningsforståelse er praktik, som siden 2009 har været obligatorisk på uddannelsen. Aftagerpanel, studerende og det faglige miljø på skolen har givet udtryk for, at vi skal have en længere praktik, hvorfor vi er i gang med at indføre praktik på et fuldt semester. Dette vil være implementeret fra studieåret 2020/2021. Som overgangsordning har vi pt. to praktikperioder; en obligatorisk og en valgfri på hvert et halvt semester. Praktikelementet kan gennemføres enten nationalt eller internationalt.

### Øvrige tiltag

Inkubators/hubs/labs:

- karriereværksted på skolen - vejledning og mentoring
- samarbejde med Pakhuset udover praktikforløbet
- digihub med digitale erhvervsamarbejder

<b>Kurstitel</b> Kollektion og produktion	<b>Course title</b> Collection and Production
<b>Studieretning</b> Modedesign, 2. år	<b>Godkendt</b> 31.08.18
<b>Niveau</b> Bachelor	<b>Ansvarlig</b> Nadine Möllenkamp
<b>ECTS</b> 15	<b>Kursusnummer</b> BM2KK-KME
<b>Prøveform</b> Mundtlig	<b>Bedømmelsesform</b> Intern – 7-trin

### Formål

Formålet med dette kursuselement er, at du som studerende opnår viden om og erfaring med tekstil- og modebranchens arbejde med at designe og udvikle fremtidige kollektioner. Kursuselementet tilstræber en så virkelighedsnær kontekst som muligt, og der udvikles en tekstil- eller modekollektion til en specifik målgruppe eller virksomhed.

Formålet er samtidig, at du som studerende opnår viden om trend forecastingens betydning for mode- og tekstilbranchen. Der introduceres til teoretiske modeller og praktiske teknikker til at identificere kommende trends, og der udvikles et trendmateriale til andres eller eget brug i et fremtidigt designprojekt.

### Læringsmål

Til eksamen forventes den studerende at:

#### Viden

- have viden om hvad en mode- og tekstilkollektion er og hvordan kollektioner udvikles og anvendes i mode- og tekstilbranchen
- at have viden om trend som styreledelse i mode- og tekstilbranchen
- at have viden om DART modellen som system for at vide hvor et trendoplæg er placeret i mode og tekstilbranchen
- at have grundlæggende forståelse for mode – og tekstilfagets produktionsformer- og vilkår

#### Færdigheder

- at kunne indsamle et aktuelt inspirationsmateriale til videre bearbejdning
- at kunne formidle arbejdsproces og resultat af processen visuelt og verbalt
- kunne udvikle et design med udgangspunkt i et givent materiale og produktionsfaciliteter
- kunne anvende mode og tekstilfaglige redskaber og teknikker i udvikling og klargøring af produktet
- kunne anvende Adobe Illustrator som redskab i formidlingen af sine designs
- kunne formidle en kollektion visuelt og verbalt

#### Kompetencer

- kunne opbygge en kollektion målrettet en specifik målgruppe på baggrund af eget udviklet idéoplæg
- have erfaring med den arbejdsgang det er almen anvendt i mode - og tekstilindustrien
- kunne kommunikere et design til produktion



Page 2/2

- at kunne identificere potentielle aftagere af et trendoplæg
- at kunne analysere et givet trend materiale og oversætte det til personlige oplæg
- at kunne redegøre for forskellen på et trendoplæg og personlig inspirations materiale

<b>Kurstitel</b> Identitet	<b>Course title</b> Identity
<b>Studieretning</b> Kommunikationsdesign, Industrielt design, 2. år	<b>Godkendt</b> 31.08.18
<b>Niveau</b> BA	<b>Ansvarlige</b> Lars Hoff-Lund og Jesper Falck Legaard
<b>ECTS</b> 5	<b>Kursusnummer</b> BK2II-KME
<b>Prøveform</b> Mundtlig	<b>Bedømmelsesform</b> Intern - 7-trin

### Formål

Kurset skal give de studerende en indføring i begreberne identitet og branding og gøre dem i stand til at arbejde med udvikling af visuel identitet og brands.

### Læringsmål

Til eksamen forventes den studerende at:

#### Viden

- Kende forskellen på identitetsdesign og branding.
- Kunne formalisere og beskrive det (identitets)system, som han/hun har udviklet, og samtidigt fremsætte et regelsæt, som andre skal anvende for at sikre visuel sammenhæng og konsekvens.

#### Færdigheder

- Opdage, undersøge og afsløre en virksomheds eller organisations kerneværdier, som vil være det grundlag, du skal konstruere en visuel identitet ud fra.
- Kunne anvende de 5 nøgleelementer, som en visuel identitet består af.
- Designe til et publikum (brugere, kunder og/eller en specifik målgruppe).

#### Kompetencer

- Bevæge sig fra abstrakte værdier, visioner og strategier til et visuelt formsprog, der reflekterer denne kerne af identiteten
- Være i stand til at formidle udbyttet fra studiet gennem en digital, visuel og spændende præsentation

<b>Kurstitel</b> Sko	<b>Course title</b> Shoes
<b>Studieretning</b> Modedesign, Industrielt design, Tekstildesign, Accessory design, 3. år	<b>Godkendt</b> 31.08.18
<b>Niveau</b> BA	<b>Ansvarlig</b> Helle Graabæk
<b>ECTS</b> 10	<b>Kursusnummer</b> BX3SK--KME
<b>Prøveform</b> Mundtlig	<b>Bedømmelsesform</b> Ekstern - 7-trin

**Formål**

Gennem samarbejde med en virksomhed får den studerende erfaring i at aflæse en virksomheds værdigrundlag, kundegruppe og produktionsfaciliteter og indarbejde disse i nye bud på produkter eller løsninger, som viser nye veje for virksomheden.

**Læringsmål**

Til eksamen forventes den studerende:

## Viden

- at have forståelse for kollektionsbegreber og serieopbygning inden for en produktgruppe
- at have forståelse for en skos opbygning og funktionalitet

## Færdigheder

- at kunne aflæse en virksomheds værdigrundlag og målgruppe
- at kunne analysere en virksomheds produktionsfaciliteter
- at kunne kommunikere en arbejdsproces og et resultat visuelt og verbalt

## Kompetencer

- at kunne udvikle et innovativt designkoncept ud fra givne faktorer

<b>Course title</b> Playful Processes	<b>Kurstitel</b> Legende processer
<b>Line of study</b> Play, 2 <sup>nd</sup> year	<b>Approved</b> 31.08.18
<b>Level</b> MA	<b>Responsible</b> Helle Marie Skovbjerg
<b>ECTS</b> 15	<b>Course number</b> KP2LG--BME
<b>Exam form</b> Oral	<b>Grading</b> Internal, pass/fail

### Course objective

Playful Processes focusses on the effects of introducing play into the processes of companies and organizations. The course explores how elements of play might enhance the practices in order to increase i.e. motivation, collaboration, creativity and innovation. The students collaborate with a company or an organization, investigate their practices, design and introduce a play intervention for this context and document the effect. As the play-intervention is targeting a broad range of users this course address concepts of playfulness for humans in general.

### Learning outcome

At the examination, the student is expected to:

#### Knowledge

- about play in relation to performance
- about relation between play and work
- about designing playful experiences for humans

#### Skills

- ability to examine a context of practice
- ability to document the effects of introducing play into a given practice

#### Competencies

- ability to design a play-intervention that addresses an existing practice and improves it
- ability to select a design method suitable for the problem/opportunity being addressed

# **Aftagerundersøgelse**

## Forretningsforståelse



Page 1/1

Aftagerundersøgelsen er gennemført som en del af evaluering med eksternt panel i indeværende år. Målingen er foretaget primo 2019 blandt censorkorps, aftagerpanel og praktikværter.

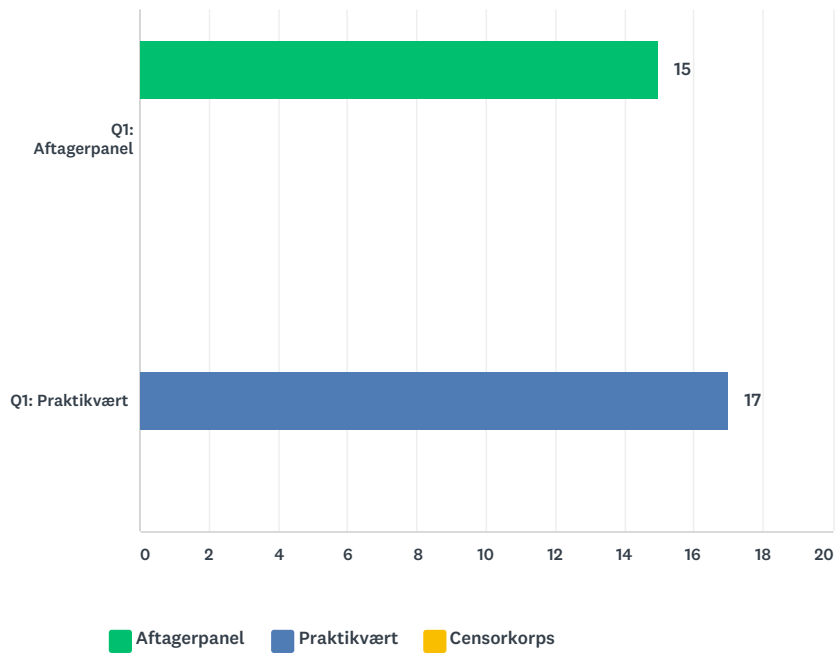
Hele undersøgelsen dækker de tre indsatsområder digitale kompetencer, forretningsforståelse og formidlingsevner. Indsatser som vi på foranledning af aftagerpanelet har arbejdet med igennem flere år.

I dette udsnit af undersøgelsen er alene medtaget spørgsmål til forretningsforståelse. Ligeledes er svarene fra censorkorpset udeladt i ønsket om at vise et rent aftagersyn.

LDA maj 2019

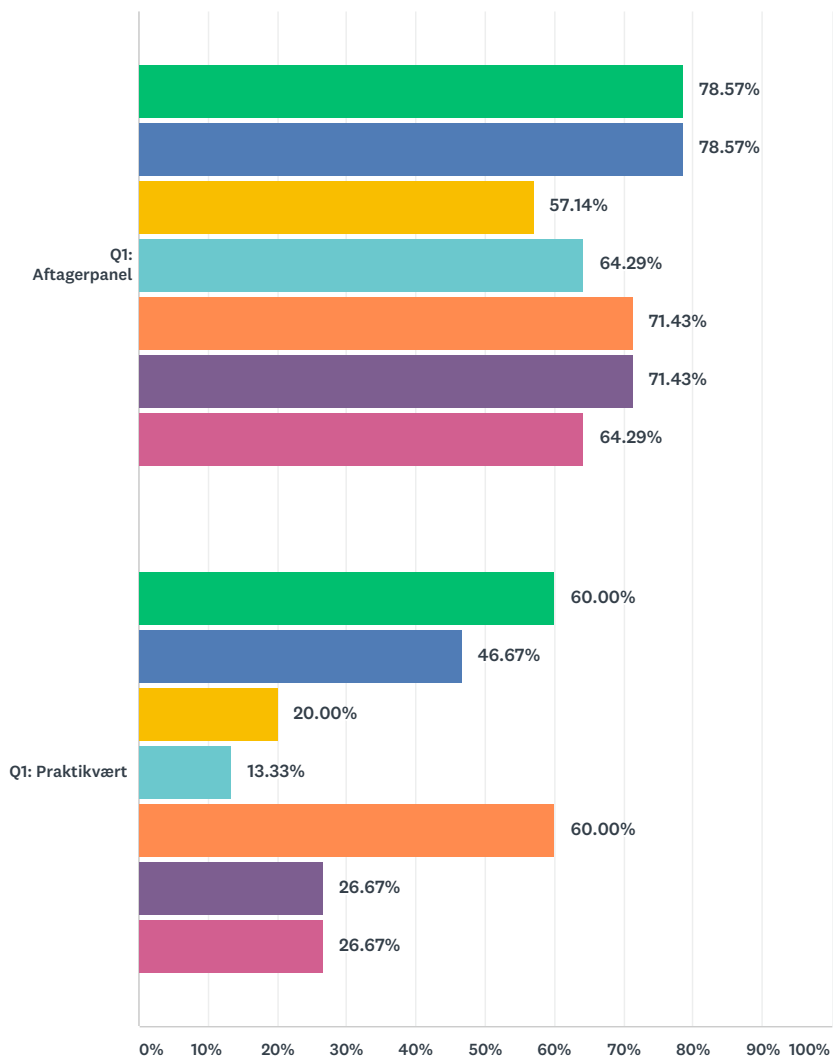
Q1 Hvilken af nedenstående beskriver bedst din tilknytning til Designskolen Kolding:

Answered: 32 Skipped: 0



### Q8 Forretningsstrategi:

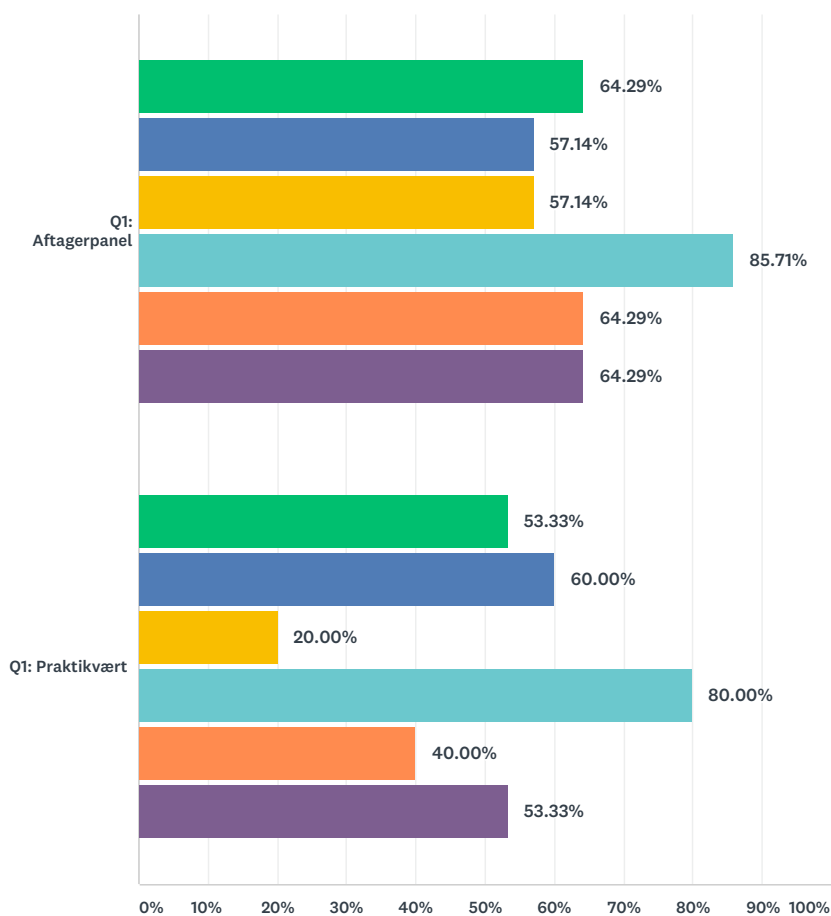
Answered: 29 Skipped: 3



- 1 At have forståelse for en virksomheds organisation
- 2 At have forståelse for forretningsmodeller
- 3 At kunne anvende forretningsmodeller
- 4 At kunne udfordre forretningsmodeller
- 5 At have forståelse for værdikæder
- 6 At kunne anvende værdikæder
- 7 At kunne udfordre værdikæder

### Q9 Branding:

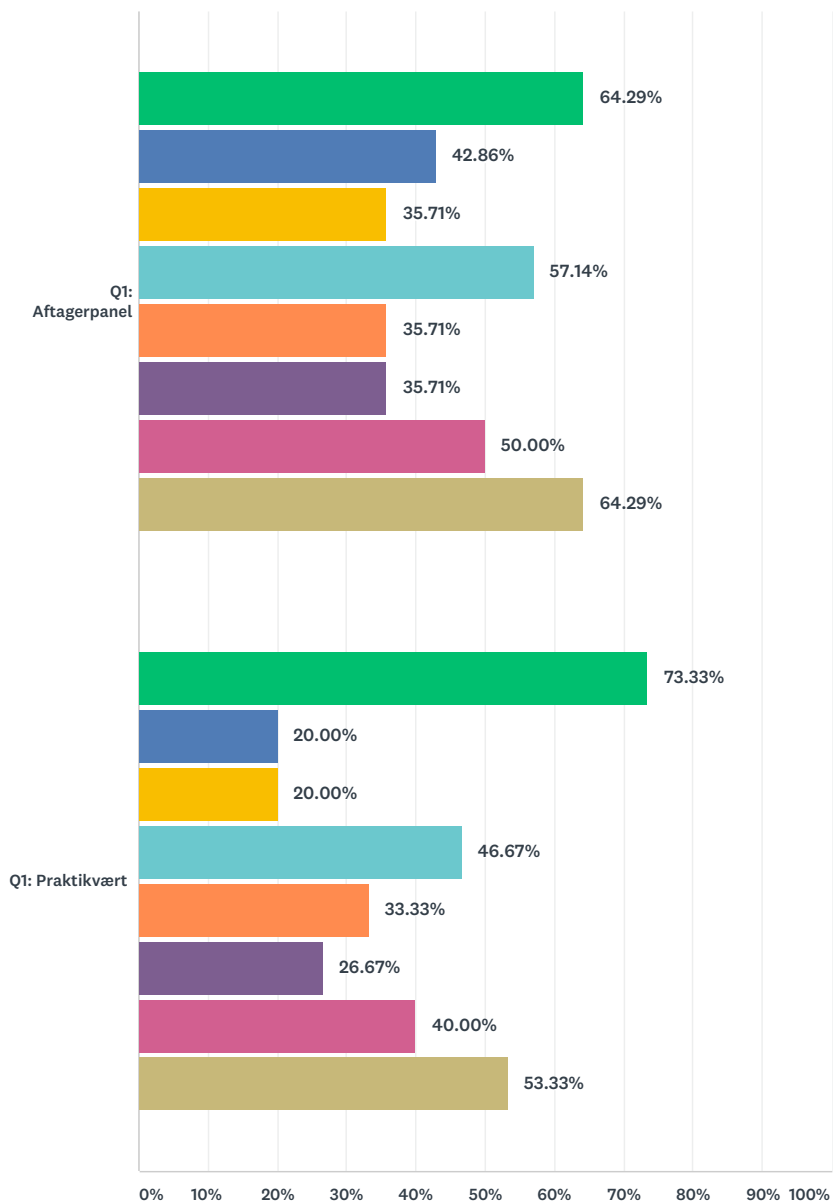
Answered: 29 Skipped: 3



- 1 At have forståelse for en virksomheders værdigrundlag
- 2 At kunne anvende en virksomheders værdigrundlag
- 3 At kunne udfordre en virksomheders værdigrundlag
- 4 At have forståelse for branding
- 5 At have forståelse for trend forecasting
- 6 At kunne arbejde med trend forecasting

### Q10 Produktion:

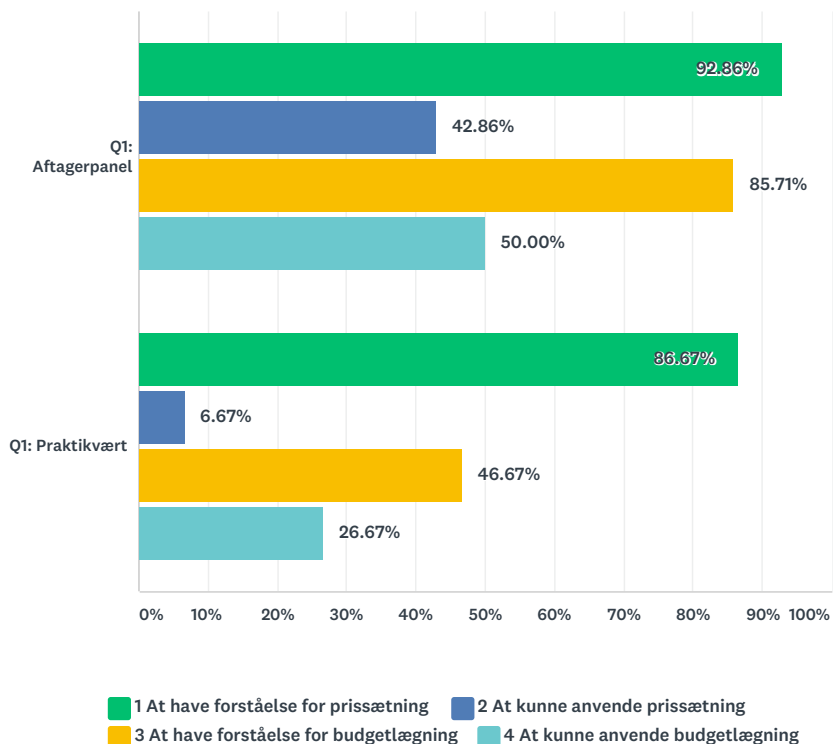
Answered: 29 Skipped: 3



- 1 At have forståelse for produktionsprocesser og faciliteter
- 2 At kunne anvende produktionsprocesser og faciliteter
- 3 At kunne udfordre produktionsprocesser og faciliteter
- 4 At have forståelse for kollektion / serieopbygning
- 5 At kunne anvende kollektion / serieopbygning
- 6 At kunne udfordre kollektion / serieopbygning
- 7 At have forståelse for tekniske tegning / kravsspecifikationer
- 8 At kunne anvende tekniske tegning / kravsspecifikationer

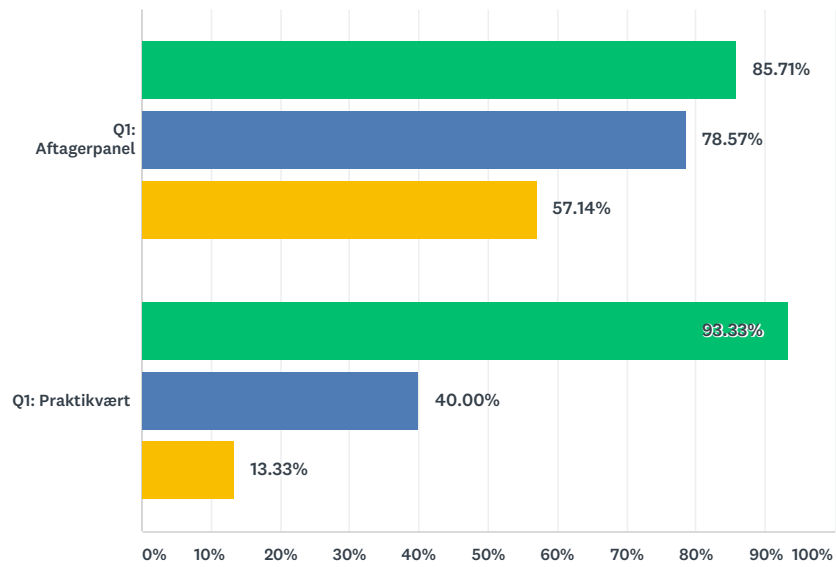
### Q11 Økonomi

Answered: 29 Skipped: 3



## Q12 Erhvervsparat

Answered: 29 Skipped: 3



1 At kunne samarbejde på tværs af fagligheder  
2 At have forståelse for projektledelse  
3 At kunne lede projekter

## Q13 Forretningsforståelse: Yderligere kommentarer eller uddybning af svar:

Answered: 3 Skipped: 12

#	Q1: AFTAGERPANEL	DATE
1	Kendskab til og respekt for værdikæde er noget af det vigtigste næstefter produktudviklingskompetencer.	2/5/2019 12:23 PM
2	Design er koblet til forretning næsten altid, derfor vigtig	2/5/2019 9:17 AM
3	I forhold til det udvidede designbegreb er forretningsforståelse et at designerens kerneområder, ikke som separat faglighed men netop i tæt sammenhæng med mere klassiske designkompetencer.	2/1/2019 11:30 AM



## Q13 Forretningsforståelse: Yderligere kommentarer eller uddybning af svar:

Answered: 1 Skipped: 16

#	Q1: PRAKTIKVÆRT	DATE
1	Det er for upræcist et fokusområde og desuden er forankringen vag.	2/7/2019 11:47 AM

<b>Kurstitel:</b> Praktik	<b>Course title</b> Internship
<b>Studieretning</b> Tværfagligt, 3. år	<b>Godkendt</b> 31.08.18
<b>Niveau</b> BA	<b>Ansvarlig</b> Eva Kappel
<b>ECTS</b> 15	<b>Kursusnummer</b> BF3PK--BSE BF3PKI-BSE (international)
<b>Prøveform</b> Skriftlig	<b>Bedømmelsesform</b> Intern – be/ib

**Formål** Afprøve design kompetencer i praksis og at forstå virksomhedens virke samt egen og andres roller i virksomheden.

**Læringsmål** Den studerende fastsætter og beskriver læringsmål i samarbejde med praktikstedet og indskriver disse i praktikaftalen

For at bestå modulet forventes den studerende:

Viden

- at have forretningsforståelse
- at have viden om egne kompetencer og mulige værdiskabende bidrag for praktikstedet
- at have forståelse for fagspecifik designmetoder

Færdigheder

- at have praktisk erfaring i at arbejde som designer
- at kunne reflektere over et praktiksteds proces og metoder
- at kunne formidle og diskutere sine observationer og refleksioner over praktik
- at kunne udarbejde forretningsmodellen Business Model Canvas

Kompetencer

- at kunne sætte sin designfaglige viden, færdigheder og kompetencer i spil med andre faggrupper i faglige og forretningsmæssige sammenhænge
- at kunne beskrive sine karriereplaner i forhold til videre specialisering i uddannelsen og fremtidige beskæftigelsesmuligheder
- at demonstrere netværkskompetencer

Praktik	Brief
<b>ECTS</b> 15	<b>Fagnummer</b> BF3PK--BSE BF3PKI-BSE (international)

## Overordnet om Logbogen

Logbogen er en skriftlig opgave, som udgør eksamensformen på faget Praktik, BF3PK—BSE eller BF3PKI-BSE (international), og tager afsæt i selve praktikforløbet i virksomheden.

Logbogen bedømmes Bestået / Ikke Bestået med intern censur.

## Omfang og krav

Omfang: 7-8 normalsider

Der udover afleveres:

- En Pdf med dit CV
- Et link til dit digitale portfolio

## Indhold

Indholdet i logbogen skal besvare nedenstående spørgsmål, der udprøver læringsmålene for undervisningselementet Praktik.

### Ansøgningen

- Hvordan fik du din praktikplads? Beskriv hvordan du fandt virksomheden, og hvordan du søgte.

### Virksomheden

- Beskriv praktikstedets forretningsmodel og giv en kort beskrivelse af den branche/omverden, som virksomheden befinder sig primært i. Lav et interview med en relevant person i virksomheden.
- Hvilken værdi skaber designeren i virksomheden?
- Beskriv hvordan virksomheden anvender design proces og metoder / udviklingsproces.
- Hvad er vigtige roller, ansvar og kompetencer for at være designer ansat i virksomheden? Hvilke konkrete opgaver ville du kunne løse for din praktikvirksomhed i et tænkt designjob?

### Din designprofil

- Hvilke faglige kompetencer har du bragt i anvendelse under din praktik?
- Hvad er din vigtigste læring under din praktik?
- Hvorledes har du udbygget dit netværk under din praktik? Hvilke nye kontakter har du at trække på?
- Hvordan vil du fastholde din kontakt til praktikstedet?
- Hvordan indgår praktikstedet i dine fremtidige karriereplaner?

Praktik	Brief
<b>ECTS</b> 15	<b>Fagnummer</b> BF3UP--BSE / BF3UI--BSE (international)

### Overordnet om Logbogen

Logbogen er en skriftlig opgave, som udgør eksamensformen på faget Praktik udvidet, BF3UP--BSE / BF3UI--BSE (international), og tager afsæt i et praktikforløbet i arbejdet med egen virksomheden.

Logbogen bedømmes Bestået / Ikke Bestået med intern censur.

### Omfang og krav

Omfang: 7-8 normalsider

Der udover afleveres:

- En Pdf med dit CV
- Et link til dit digitale portfolio

### Indhold

Indholdet i logbogen skal besvare nedenstående spørgsmål, der udprøver læringsmålene for undervisningselementet Praktik i egen virksomhed.

I afleveringen skal der indgå en aktuell forretningsbeskrivelse (BMC) og en fremtidsplan. Herudover vil der være individuelle spørgsmål, der skal besvares.

Spørgsmålene bliver udarbejdet konkret mellem Pakhuset, praktikanten og Karriereværkstedet. Det bliver individuelle spørgsmål afhængigt af, hvor langt den studerende er med sin egen virksomhed og hvor langt det aftales af den studerende skal nå.

Målet er at den studerende udarbejder materiale, således at hans/hendes virksomheder er så skalérbar som muligt. Den studerende skal kunne holde sin virksomhed kørende som fritidsjob under resten studiet, og en studerende skal kunne ekspandere virksomheden hurtigt og nemt, når den studerende kommer dertil.

# Logbog for obligatorisk praktik hos Sweet Sneak Studio

Fra d. 14.01.2019 – 15.03.2019

Anonymiseret  
Kommunikations design



# Indholdsfortegnelse

<b>Introduktion</b>		
	Introduktion til virksomheden	side 3
<b>Ansøgningen</b>		
	Hvordan jeg fandt og søgte praktikpladsen	side 3
<b>Virksomheden</b>		
	Virksomhedens forretningsmodel og Business Model Canvas	side 3
	Refleksion af Business Model Canvas	side 5
	Beskrivelse af branche/omverden	side 5
	Designerens værdiskabelse i virksomheden	side 6
	Virksomhedens brug af designmetoder og -proces	side 7
	Designerens rolle i virksomheden	side 7
	Egne kompetencer vs. hvad virksomheden har brug for	side 7
<b>Egen designprofil</b>		
	Designfaglige kompetencer jeg har brugt i praktikken	side 8
	Den vigtigste læring gennem mit praktikophold	side 8
	Udvidelse af netværk og kontakter	side 9
	Fremtidig kontakt og karriereplaner i forhold til praktikstedet	side 10
<b>Refleksion</b>		
	Praktikken vs læringsmål	side 10

## Introduktion til virksomheden

Jeg har været i praktik på et designbureau i København, der hedder Sweet Sneak Studio. Forløbet har strakt sig over både den forlængede og den obligatoriske praktikperiode, og jeg har således været på praktikstedet fra slut oktober 2018 til midt marts 2019.

Sweet Sneak Studio er et kreativt marketingsbureau, der bruger mad til at brande og markedsføre andre virksomheder og deres produkter.

Bureauet består af 3 fastansatte og 2 - 3 praktikanter, hvoraf jeg har været den ene. En af de andre praktikanter er også tidligere studerende på kommunikationsdesignlinjen på Designskolen i Kolding. Hun er efter endt praktikplads blevet ansat i en stilling med løntilskud. Selvom der er stor forskel på hendes og min faglige profiler, så udtrykker bureauet, at det har været glade for studerende fra Designskolen i Kolding. De 3 fastansatte på bureauet er alle uddannede inden for projektledelse og ledelse af kreative processer fra CBS, og har i virksomheden klart fordelte roller. Kun én af dem er uddannet designer (med en bachelorgrad), og hun arbejder også som udøvende designer i virksomheden. De to andre arbejder henholdsvis med kundekontakt og salg og projekt- og eventledelse.

## Ansøgningen - hvordan jeg fandt og søgte praktikpladsen

Jeg fandt virksomhedens opslag på en fagrelevant side på Facebook. Opslaget passede som udgangspunkt ikke med timingen af vores planlagte praktikperiode, og jeg kontaktede derfor virksomheden telefonisk for at høre, om det var relevant, at jeg søgte praktikpladsen. De var positivt indstillede, og jeg sendte dem et dertil rettet CV og en dertil rettet portfolio. Jeg lærte senere, at de huskede mig, fordi jeg havde ringet ind, så det vil jeg tage med mig som en læring. Både at kontakte virksomheden telefonisk før ansøgningen for at høre, om den opslåede stilling kan modereres til mine behov, men også for at gøre opmærksom på mig selv.

En uges tid efter jeg havde afsendt min portfolio og mit cv, blev jeg kaldt til samtale. Til samtalen blev jeg introduceret til bureauets lokaler, arbejdsmetoder, ansatte og forventninger, samt introducerede mig selv, min faglige profil og mine og skolens forventninger til et praktikforløb.

Til samtalen bad de mig om at eftersende et moodboard via Pinterest. Moodboardet skulle repræsentere min æstetiske tilgang til mad – noget som Sweet Sneak Studio går meget op i, og bruger i deres dagligdag. Det var en umiddelbar måde, at forstå om praktikstedet og den mulige praktikant var et godt match indenfor æstetiske og konceptuelle tilgange til mad – et emne, som Sweet Sneak Studio jo lever af.

Det fungerede heldigvis godt, og jeg startede på praktikstedet slut oktober som planlagt.

## Virksomhedens forretningsmodel og Business Model Canvas

Jeg har i samarbejde med én af de fulltidsansatte udformet et business model canvas, som en måde at reflektere over praktikstedets forretningsmodel på. Se nedenfor:

## Business Model Canvas for Sweet Sneak Studio

<p><b>Key Partners</b> Sweet Sneak Studio omgiver sig med forskellige partnere i deres hverdag. Disse partnere hjælper særligt til if.t specifik viden og specifikke kundskaber.</p> <p>De vigtigste partnere er:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotograf Morten Bentzon. Han hjælper til ved photoshoots, hvor bureauet ikke selv kan leve op til krav om eksekvering, skala eller teknik</li> <li>- My Sweet Valentine, producent af kager og desserter,</li> <li>- Blomsterhandler, producent og udførelse af opsætninger</li> <li>- Kok Antje de Vries står for fagspecifik eksekvering ved events.</li> </ul>	<p><b>Key Activities</b> De nøgle-aktiviteter, der bliver lavet på bureauet er meget varierende, men alle sammen indenfor marketing.</p> <p>Det er opdelt efter de 3 grene af services, som bureauet tilbyder:</p> <p><b>Branding og communication:</b> Brand positionering, brand identity design, brand guidelines, packaging design, design af print og web, PR</p> <p><b>Events og creative food:</b> Customization af mad- og gastronomi koncept, customized menuer, konceptudvikling, event management og eksekvering, dokumentation (foto og video)</p> <p><b>Photography og Content creation:</b> Regelmæssig udarbejdelse af indhold til sociale medier, copy-writing, fotografi, billed-redigering</p>	<p><b>Value Propositions</b> Det er særligt for Sweet Sneak at bureauets projekter altid drejer sig om mad og gastronomi, så selvom de befinder sig i en verden af marketing – og brandingbureauer, så adskiller de sig meget med denne niche.</p> <p>Bureauets arbejde kan deles i 3 nøgle-services: Branding og communication Events og Creative Food Photography og Content Creation</p> <p><b>Branding og communication:</b> Skal sikre at virksomheder skiller sig ud, tiltrækker og fastholder kunder og er genkendelige og appellerende til deres kundefase.</p> <p><b>Events og creative food:</b> Er en del af en virksomheds brand-fortælling. Sikrer at virksomheder skiller sig ud ved specialt-designede events og at man husker deres brand. Er også en måde at sørge for at gøre virksomheden attraktiv på de sociale medier og for influencers.</p> <p><b>Photography og Content creation:</b> Skal sørge for at virksomheder har en stærk og genkendelig visuel profil, særligt på de sociale medier</p>	<p><b>Customer Relationships</b> 1/3 af bureauet arbejder med salg. De bruger meget tid på både vedligeholde netværk, skabe nye kontakter samt at gøre sig selv synlige. Det sidste gør de gennem intern PR og events, hvor de inviterer mulige og tidligere samarbejdspartnere, så de således både tiltrækker nye kunder, reklamerer med, hvad de kan og vedligeholder deres netværk. Nye kunder opstår gennem disse netværk og mund-til-mund anbefalinger. Bureauet er også ofte til stede ved branche-messer indenfor mad, marketing og business, og bruger meget tid på konferencer og interesse-møder.</p> <p>De byder også nogle gange på virksomheders udbud gennem pitches, som dog ofte er bakket op af en tidligere anbefaling fra deres netværk. De laver derfor ikke mange pitches, uden at være sikre på at have en god chance for at lande opgaven.</p>	<p><b>Customer Segments</b> Da de services bureauet tilbyder varierer meget, gør kundefasen det også. Kundefasen indenfor branding og kommunikation består primært af mindre virksomheder, der alle arbejder med mad eller gastronomi. Kundefasen indenfor events og kreativ mad præsentationer består af mange, meget forskellige virksomheder, der har behov for et stærk koncept indenfor mad. Det er også virksomheder af meget forskellige størrelser, og slutbrugerne indenfor denne kategori varierer derfor også meget. Det kan fx være et Novo Nordisk event, der henvender sig til diabetikere og deres pårørende eller et event for Torvehallerne, der har den lokale Københavner i fokus. Kundefasen indenfor fotografi og content creation er også virksomheder med fokus på mad, gastronomi eller lifestyle-brands. Deres slutbrugere er også stærkt varierende og primært at finde som følgere på de sociale medier.</p>
<p><b>Cost Structure</b> Der findes mange forskellige udgifter i Sweet Sneak Studio, og de kan inddeles i administrative udgifter og projektbaserede udgifter.</p> <p><b>Administrative udgifter:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Husleje til bureauets lokaler</li> <li>- Lønninger (3 fuldtids-ejere + én grafiker)</li> <li>- Regnskab og bogførelse (via programmet Economic og årligt besøg hos revisor</li> <li>- Utilities (rengøring, el-regninger, email-system)</li> </ul> <p><b>Projektbaserede udgifter:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Materialer (blomster, service til events, osv.)</li> <li>- Ingredienser (mad)</li> <li>- Producenter (konditor, blomsterhandler osv.)</li> <li>- Leje af lokaler (event-lokationer, foto-studie, industri-køkkener)</li> </ul>		<p><b>Revenue Streams</b> Sweet Sneak Studios kunder betaler på mange forskellige måder afhængig af hvilke services, de køber. Derfor er bureauets indtægt baseret på forskellige aftaler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektbaserede indtægter fx i form af events bliver betalt som en pakkeløsning, hvor man kan vælge, hvor mange forskellige services virksomheden vil have med. Disse valg har herefter betydning for prisen. Fx kan et event indeholde konceptudvikling, event management og eksekvering, men ikke dokumentation</li> <li>- Indtægter baseret på time-basis er fx aktuelle ved billedredigering eller udformning af specifikt grafisk arbejde</li> <li>- Indtægter baseret på antal af objekter kan fx være antal af kager eller redigerede billeder</li> <li>- Indtægter kan også være adgangs-baserede fx til events i form af billetsalg</li> <li>- En vigtig indtægt for Sweet Sneak Studio er månedlige aftaler om content creation for forskellige virksomheder på sociale medier. Det sikrer en god basis for indtægterne, at de kommer hver måned, og at man kan regne med dem.</li> </ul>		



## Refleksion over Business Model Canvas

Udarbejdelsen af dette Business Model Canvas, er sket gennem interviews med én af de fulltidsansatte, der primært arbejder med projektledelse, samt min erfaring fra de seneste måneders arbejde på bureauet. Business Model Canvas'et indeholder klare beskrivelser af virksomhedens forretningsmodel, og hvordan de arbejder med kunder.

Jeg har gennem mit praktikophold fået kendskab til virksomhedens forretningsmodel, samt kunderelationer og økonomi. Det har været lærerigt for mig, og jeg har øvet mig i, altid at spørge ind til økonomi, fremgangsmåder og relationer til kunderne, for at forstå virksomhedens forretningsmodel til bunds. Ydermere har det også været vigtigt for mig at forstå, hvordan den kreative side af et bureau hænger sammen med den forretningsmæssige side, noget som ofte er flydende på et lille bureau af Sweet Sneak Studios størrelse. Dette har blandt andet lært mig sammenhængen og nødvendigheden af intern og eksternt marketing, hvordan mine ideer møder virkeligheden, og hvordan kreativ marketing kan skabe økonomisk vinding for virksomheder. Det har også lært mig, at selvom man laver kreativt arbejde, er ingen for fine til at lave projektledelse, økonomi eller noget så lavpraktisk som at scanne kvitteringer ind, når bureauet har den størrelse, det har.

At udforme selve Business Model Canvas'et, har givet mig en klar forståelse for virksomhedens 3 kerne-services;

- Branding og Kommunikation
- Events og kreativ mad
- Fotografi og content creation

Det har også givet mig en forståelse for, hvilke af de 3 services, de tjener flest penge på, hvilke kunder, der bruger de forskellige services og hvilke af de 3 services, der gør Sweet Sneak Studio til et unikt marketings-bureau.

## Beskrivelse af virksomhedens omverden

Dét, der adskiller Sweet Sneak Studio fra andre marketingsbureauer er deres fokus på mad; de arbejder i en nichepræget verden, hvor dén ramme, der ligger over alle deres opgaver og services har med mad at gøre. Dette giver bureauet en klar profil blandt andre bureauer, og gør dem let genkendelige. Udover dette er de også hyper-æstetiske, og ingen æstetiske valg bliver truffet tilfældigt hos virksomheden. Da Sweet Sneak Studio's 3 kerneservices er så forskellige og breder sig over forskellige fagligheder, så er deres konkurrenter andre marketings-, branding-, og grafiske designbureauer, men det kunne også være fotografer og eventudviklere.

Hos alle kreative bureauer, løser man opgaver for kunder. Man kan komme i kontakt med disse kunder på mange forskellige måder, men det har overrasket mig, at én af de mere gængse måder i branchen er, at kunderne kan udbyde opgaver, som bureauerne så kan byde ind på. De fleste byder ind med en pitch; et bredt oplæg til, hvordan man vil tilgå opgaven, løse den og budget for løsningen. Denne pitch er meget sjældent beskyttet, og næsten aldrig betalt. Det vil sige at bureauet bruger meget tid – og mange mandetimer – på at pitche et koncept eller en

idé, som den eksterne kunde kan bruge, uden at sikre, at bureauet kan stå for udførelsen. Det er selvfølgelig en stor satsning fra bureauets side, og et potentielt mistet fremtidigt job. Omvendt er det også en god måde at komme i kontakt med mulige kunder og at udvide sit netværk.

Det er netop netværket, som Sweet Sneak Studio oftest får deres kunder igennem.

Bureauet er dygtige til at pleje deres netværk, og det giver en mulighed for at skabe en gensidig forpligtigelse med kunderne. Det skaber også en mere klar forståelse for, hvad kunden har brug for, samt en mulighed for at skabe en iterativ proces, så resultatet bliver både skarpere og mere tilfredsstillende for kunden.

Bureauet går derfor næsten aldrig ind i en udbuds-runde, og får primært deres opgaver ind gennem deres netværk. Det betyder, at der er meget lidt spild-arbejde i forberedelsen af pitches, og Sweet Sneak Studio laver oftest kun én pitch hver anden måned.

Det er en stor læring for mig, at man skal skaffe sin virksomhed projekter gennem sit netværk, dette i stedet for udelukkende at byde ind gennem pitches, og den tydeligste læring, jeg har lært af den måde, Sweet Sneak Studio driver forretning på.

Sweet Sneak Studio plejer derfor også deres netværk meget, og viser gennem events deres tidligere, nuværende og potentielle kunder, præcis hvad man kan forvente sig, hvis man hyrer bureauet til at løse en opgave. Gennem min praktik, har jeg været med til at udarbejde et af disse events, og man kan næsten se disse, som en substitut for de klassiske pitches. Det er gennem disse at Sweet Sneak Studio viser sit potentiale, deres evner til at finde på ideer, deres konceptudvikling og ikke mindst deres eksekvering.

## Designerens værdiskabelse i virksomheden

Designeren på bureauet har mange forskellige opgaver på sin tallerken i og med der kun er én designer ansat i virksomheden.

Hun står derfor for at lede hele design-teamet, som består af hende og 2-3 praktikanter. Ledelses-delen består i at distribuere opgaverne ud til praktikanterne, samt at pege arbejdet i den retning, hun ønsker det skal tage.

Det er et travlt og ambitiøst bureau, og standarden er høj, så arbejdet kræver mange ændringer. Men det er også tydeligt at mærke, at det ikke er en uddannelses-sammenhæng - kritikken går altid kun på at præcisere den enkelte arbejdsopgave, og er sjældent pædagogisk eller med praktikanternes læring for øje.

Udover designledelse, er der også mange udøvende design discipliner for designeren. Det er for eksempel:

- Art direction på photoshoots (dvs. planlægning, indkøb, styling, eksekvering og redigering af billederne (postproduction))
- Idégenerering og konceptualisering af events
- Udvikling af visuel kommunikation for brands (logo, farvevalg, typografi, hjemmesider, sociale medier, billedmateriale)

- Udvikling af intern kommunikation (opsætning af bureauets hjemmeside, interne kreative photoshoots, opsætninger af pitch for bureauet, styling af bureauets lokaler)
- Evalueringssmøder med klienter

## **Virksomhedens brug af designmetoder og -proces**

Jeg er overrasket over, hvor lidt Sweet Sneak bruger designprocessen og designmetoderne.

Sweet Sneak Studios forhold til designprocessen er generelt afslappet, og de designmetoder, de anvender, er begrænsede, men raffinerede.

De primære designmetoder de bruger, er brainstorming – visuelt og verbalt, samt moodboards. Moodboards'ene bliver udelukkende udarbejdet digitalt, og deles mellem de ansatte. De bruges både til intern inspiration, og nogle gange også som forklarende medie til at sælge ideer videre til kunderne.

Indholdet i de udfærdigede moodboards bygger primært på visuelle trends. De er afklarende i forhold til æstetik og stemning.

De afgrænses derfor også af trends, og bygges op af inspiration hentet fra lignende arbejde og universer. Det betyder blandt andet, at de sjældent udfordrer den gængse forestilling om fremtiden og deres projektrammer.

## **Designerens rolle i virksomheden**

Da designeren er den eneste med en designfaglig baggrund står hun således for størstedelen af det udførte design. Men da alle fastansatte er uddannet indenfor styring af kreative processer, er der mange designfaglige opgaver, som relaterer sig til kommunikationsstrategier, projektledelse og skriftlig kommunikation, som også bliver varetaget af de andre fuldtidsansatte. Den største værdi for designeren, må således være det udførende design og de æstetiske håndværk.

## **Egne kompetencer vs. hvad virksomheden har brug for**

Der er forskel på, hvad mine kompetencer er, og hvad virksomheden har brug for. Tidligere praktikanter er blevet hyret ind til timelig billedredigering af photoshoots, eller til madlavning og foodstyling af den mad, der skal tages billeder af på samme photoshoots. Det er derfor nærliggende at forestille sig, at Sweet Sneak Studio godt kunne have brug for dette i et tænkt designjob.

Mine kompetencer ligger derimod mere ovre mod deres events og kreativ mad services og inden for interaktionsdesign. Men da Sweet Sneak Studio er et lille bureau, så ved jeg allerede nu, at de ikke er glade for at slippe tøjlerne, og udlicitere opgaver som konceptudvikling og holistisk storytelling for eventen. Det er derfor mere nærliggende at forestille sig, at de ville kunne få brug for hjælp til eksekvering af deres events, samt art direction på eventen.

## Designfaglige kompetencer jeg har brugt i praktikken

Jeg har gennem min praktikperiode arbejdet meget med mine eksisterende designfaglige kompetencer, men jeg har også haft mulighed for at udvikle nye.

Mange af mine arbejdsopgaver har inkluderet brug af Adobe-pakken, og jeg kan mærke, at jeg bliver skrappere og hurtigere til at bruge denne. De primære programmer, jeg har brugt, er InDesign og Photoshop. Jeg har brugt InDesign til opsætning af pitch til kunde- og markedsføringsmateriale, både for kunder (eksternt) og bureauet selv (internt). Photoshop har jeg primært brugt til billede-redigering af interne og eksterne photoshoots, samt til at lave korte videoer i. Det var ved begyndelsen af min praktik, det Adobe-program jeg kendte mindst til, og nu manøvrerer jeg det behændigt og hurtigt.

Jeg har stået for Art Direction og eksekvering af photoshoots, hvilket har tilladt mig at bruge min forståelse for farver og former samt komposition. Det har opgraderet min æstetiske forståelse, og skærpet mine sanser, så jeg hurtigere får kontakt, med "det der virker".

Med mad som omdrejningspunkt har jeg gennemført idégenerering alene og sammen med andre. Formålet har været at udforme koncepter til events, både til markedsføring af bureauet selv og til bureauets kunder. Koncepterne har indeholdt elementer af interaktionsdesign, idet de tit handler om, hvordan man som bruger møder maden. Koncepterne handler også tit om en holistisk historiefortælling, hvorfor jeg synes mine evner indenfor storytelling og mad er blevet skarpere.

I arbejdet på Sweet Sneak Studio har jeg haft ansvaret for projektledelse, ligesom jeg har været underlagt andres projektstyring.

At stå for projektledelsen selv har skærpet mine evner for planlægning, tidsstyring og budgettering. At være underlagt andres projektstyring har givet mig en konkret oplevelse af, hvordan det er at idegenere sammen, at få sine ideer "slået" og at skulle acceptere at arbejde med ideer, man ikke synes er de bedste.

Min udvidede praktik på Sweet Sneak Studio har også lært mig, hvordan man falder ind i nogens stramme æstetiske design-profil, samt at udarbejde visuel kommunikation i én bestemt stil.

## Hvad er din vigtigste læring under din praktik?

Som man kan læse ovenover, så har jeg har lært meget forskelligt gennem mit praktikophold. Men den vigtigste læring må være, at jeg har fået et nyt perspektiv på den måde, jeg tilgår mine designprocesser på. Jeg er blevet skarpere til at forstå, hvad der gør min proces god og unik, og hvordan dette kan adskille sig fra andre. Hos Sweet Sneak arbejder de meget umiddelbart med deres designproces, hvor jeg arbejder mere empiri-baseret. Det har været spændende for mig, at arbejde et sted, hvor jeg har været tvunget til i højere grad at følge min intuition og mine æstetiske sanser, og det har været endnu mere spændende at se, at jeg kan stole på disse. Så

den læring, jeg tager med mig, er, at det ikke gør et design mindre værdifuldt, hvis det er æstetikken, der har drevet det, men at æstetikken også er en måde at formidle sine budskaber på.

Jeg har dog lært, at jeg ikke udelukkende kan arbejde med æstetik, og når jeg udelukkende skal følge min intuition, så tvivler jeg meget nemmere på mine beslutninger, end når jeg baserer dem på empiri. Også selvom denne empiri ikke er evidensbaseret, men kun brugt til inspiration.

Denne tvivl har været svær at håndtere på Sweet Sneak Studio, som tydeligt ser deres praktikanter mere som gratis arbejdskraft og mindre i en læringsmæssig sammenhæng. Det var først til sidst i mit praktikforløb, at vi havde to feedbacksessioner, hvor jeg forstod, at jeg rent faktisk har haft en værdi for dem. Det var overraskende for mig, at de havde været så glade for at have mig og mine resultater på bureauet. Dette handler dog ikke kun om min egen tvivl, men også om den måde Sweet Sneak Studio bruger deres praktikanter på og giver feedback på. Jeg har derfor også lært, at feedback er essentielt for mig – ikke kun på de konkrete opgaver, jeg laver, men også overordnet feedback på, hvor min arbejdsplads skal hen, og hvordan jeg passer ind i det. Det vil jeg tage med mig videre.

### Udvidelse af netværk og kontakter

At være praktikant hos Sweet Sneak Studio har givet et unikt blik ind i en (for mig) ukendt side af mad-verdenen. Jeg har lært mange nye virksomheder at kende, der alle arbejder indenfor mad, og bringer noget nyt til den verden, hvad enten det er gennem nye råvarer, utraditionelle teknikker eller nye tilgange til madens rolle i mange forskellige arenaer. Mest af alt, har jeg mødt mange start-up virksomheder, der alle har en stor passion for mad. Udover at det har været en stor oplevelse at få en utraditionel indgang til madscenen, så håber jeg, at jeg kan bruge både Sweet Sneak Studio selv samt de bekendtskaber, jeg har gjort gennem mit praktikforløb fremadrettet i min karriere.

Jeg har allerede nu lavet en aftale, med en kontakt, jeg fik på Sweet Sneak Studio, om at følge hendes virksomhed, Food Tales, hvor hun laver madrelaterede byvandring.

Derudover forudser jeg, at Sweet Sneak Studio vil være en god reference, når jeg skal søge fremtidigt arbejde; både fordi de projekter, jeg har lavet gennem min praktikperiode, står ud, og adskiller sig fra noget andet, jeg har lavet, men også fordi Sweet Sneak Studio er et stort navn i en lille verden. Og hvis det er denne verden, jeg vil gebærde mig i, er det meget relevant erfaring at have været i praktik hos dem.

Som tidligere nævnt, så er Sweet Sneak Studio enormt dygtige til at netværke og gøre opmærksom på sig selv. Udover at være en læring, som jeg tager med mig, kunne jeg også forestille mig, at hvis jeg bibeholder en sporadisk kontakt til bureauet, så vil det være et værdifuldt netværk at være en del af – også selvom jeg kun vil være i yderkanten.

## Fremtidig kontakt og karriereplaner i forhold til praktikstedet

Da jeg laver min bachelor indenfor interaktionsdesign, og også arbejder med mad og måltidets værdi, så kunne en fremtidig kontakt til praktikstedet sagtens være aktuel og mulig.

De har inviteret mig til frokost (hvilket er et stort projekt på et mad-bureau), og tilbudt at give feedback på mit bachelor-projekt og min arbejdsproces i forløbet.

Jeg forudser at dér, hvor jeg kunne få mest brug for feedback hos Sweet Sneak Studio er i min udførende fase i mit bachelor-projekt. Det er i skabelsen og opbygningen af et æstetisk univers, jeg oplever Sweet Sneak Studios styrke, og som jeg godt kunne bruge hjælp til.

Ydermere har de givet mig lov til at låne bureauets fotostudie, hvad der også sagtens kunne blive aktuelt senere i forløbet.

Jeg har nydt min tid hos praktikstedet, og jeg tager meget læring med mig.

Men i forhold til fremtidige karriere er Sweet Sneak Studio ikke et relevant arbejdssted for mig. Jeg ønsker fortsat at arbejde med mad som omdrejningspunkt for mine designløsninger, men ikke i den form, som bureauet arbejder med nu.

Jeg ønsker, at arbejde med de interaktioner og fællesskaber der omgiver et måltid, og jeg ønsker at have en legende tilgang til måltidet. Jeg er i tvivl om, om disse interesser bedst kan udfolde sig på et universitet i en kandidatgrad eller hos en virksomhed, der allerede har denne tilgang til mad. Men jeg forestiller mig ikke, at de i skrivende stund vil være aktuelle for Sweet Sneak Studio. Til gengæld arbejder bureauet ofte med freelancere til løsning af event-specifikke opgaver, og jeg kunne godt se mig selv som leverandør af den slags ydelser, men udelukkende på en freelance kontrakt.

Jeg kan efter de sidste måneders praktik godt tappe ind i deres æstetiske design-univers, og forstå det nok til at arbejde freelance, men som fuldtidsbeskæftigelse interesserer det mig ikke nok.

## Refleksion

### Praktikken vs. læringsmål

Overordnet set, har jeg lært meget i min praktik hos Sweet Sneak Studio. Jeg har også lært på mange niveauer og indenfor mange discipliner. Det betyder, at jeg har lært konkrete ting (som at manere et kamera eller få kendskab til Photoshop), men også mere abstrakte som præcisering af æstetik, komposition og sammensætning af farve og form. Bredden i min læring er også stor; jeg har været over meget designspecifikke opgaver som grafisk design og art direction til at lære om virksomhedens økonomi og forretningsmodel. Bredden og diversiteten i min praktik har været meget dejlig og enormt udfordrende. Jeg har dog haft svært ved at se, hvilken værdi, jeg har haft for Sweet Sneak Studio.

I en afsluttende samtale med én af de fuldtidsansatte fra Sweet Sneak, min fagleder Lars Hoff-Lund fra Designskolen og jeg, gjorde bureauets ansatte det klart, at de er glade for studerende fra Designskolen i Kolding, og sætter pris på, at vi arbejder

selvstændigt og kommer med meget forskellige designprofiler. Hun udtrykte også begejstring for, at vi arbejder fleksibelt og omstillingsparat, og gav som kritik at ingen af os, er særligt trænedede indenfor typografi, skønt vi begge er fra kommunikationsdesign-afdelingen.

Forløbet hos Sweet Sneak Studio har bekræftet mig i, at det at arbejde med mad, er relevant og udfordrende. Det er et komplekst og diverst emne, og der findes enormt mange design-vinkler, når man arbejder med mad.

Jeg oplever, at selvom mad er omdrejningspunktet for bureauet, er den vigtigste parameter for alle deres designløsninger, at de taler ind i de trends, der findes på markedet. Jeg lærer derfor meget om tidstypisk design, men ikke meget om den betydning, måltidet har i menneskers liv. Sweet Sneak Studio er skarpe på deres analyse og brug af nutidige tendenser, men mangler, for mig at se, en dybere forståelse for mad, madproblematikker, madkulturer, måltider og mødet omkring disse. Det er dette, jeg gerne vil udfolde gennem mit bachelor-projekt.

Mit praktikforløb har givet mig en oplevelse af, at Sweet Sneak Studio sætter billeder på andres forventninger, og at det virker som om, dette gør sig gældende for mange marketingsbureauer. Jeg har lært, at det ikke er i marketings-branchen, at hverken mine kompetencer eller interesser ligger, og dette har for mig, været én af de største øjenåbnere ved dette praktikforløb.

Anonymiseret

Industrielt Design BA3

21.04.2019

# Logbog - Designit

## Research and Service Design Intern

**Ansøgningen** - *Hvordan fik du din praktikplads? Hvordan søgte jeg og hvordan fandt jeg frem til virksomheden jeg kom i praktik i?*

For at kunne få praktikplads har jeg fokuseret meget på min portfolio. Det har taget lang tid at forberede, og få skabt en portfolio der passer til de steder jeg har søgt. Jeg har haft stort fokus på at få lavet et gennemgående layout jeg kunne bruge hele vejen igennem den og derefter vælge projekter ud til at komme der i, som passede til de steder jeg gerne ville søge. De fleste steder jeg søgte har haft fokus på en holistisk tilgang til design og haft mennesket i fokus uanset om det har været NGO'er eller designbureauer jeg søgte. Derfor var projekterne jeg har haft i ansøgningerne generelt set de samme udover måske at udskifte et projekt for et andet afhængig af stedet. Jeg havde meget fokus på at vise proces i min portfolio fordi det er en af mine klare styrker som designer og en af de ting jeg vægter højt. Derudover havde jeg fokus på at få min personlighed til at skinne igennem i min portfolio og integrerede både den motiverede ansøgning og mit CV i portfolioen, så de lå i starten af den. For at kunne skrive en ansøgning der passede lige præcis til den enkelte virksomhed, gik jeg ind og fandt frem til deres værdisæt så godt som jeg kunne ud fra deres hjemmeside, sociale medier etc og byggede den motiverede ansøgning op om de værdier, der var fælles for virksomheden og mig. På den måde tænkte jeg, at de nemmere ville kunne forestille sig, at have mig som en del af deres team.

I den motiverede ansøgning fortalte jeg lidt om mig selv måde mine styrker indenfor mit felt, men også lidt om hvem jeg er udenfor "designverdenen" for at skabe et helhedsindtryk.



Mange af de steder jeg søgte var umotiverede ansøgninger, derfor var der mange, hvor jeg ikke fik tilbagemelding, selvom jeg ringede til dem efterfølgende eller skrev mail til dem. Men efter jeg fik min praktikplads hos Designit, har jeg fået tilbagemelding fra flere af de andre steder, der nu har åbninger og derfor bad mig søge igennem deres normale ansøgningskanal.

Samtalen foregik over skype, da jeg var i Kina på studietur, hvor vi arbejdede med servicedesign. Ud fra de projekter der har været i Designit mens jeg har været i praktik, kan jeg se at der er flere ting både i min portfolio og på mit CV, der har været væsentlige for at de har valgt at have mig til samtale.

Teamet jeg er i hos Designit hedder Insights & Strategy, hvor vi arbejder med research og service design. Derfor har det været væsentligt for dem, at se, at jeg har mod på at komme ud og undersøge og stille spørgsmål. Samtidig har det været vigtigt for dem at jeg er villig til at komme med ud på brugerundersøgelser, der muligvis ikke foregår i Danmark.

**Virksomheden** - *Beskriv praktikpladsens forretningsmodel og den branche virksomheden er indenfor - lav et interview med en relevant person i virksomheden i forhold til dette emne.*

Designit er en konsulentvirksomhed og er ofte ude og skulle konkurrerer med andre designvirksomheder og konsulentbureauer. Jeg har interviewet Anonymiseret, der er Anonymiseret hos DesignitCPH og som har været lead på et af de projekter jeg har arbejdet på under min praktik. Her svare han på Designits forretningsmodel, branche og hvordan de differentierer sig fra konkurrenterne. Om forretningsmodellen siger han følgende.

*“Det er som de fleste andre konsulenthuset uanset om det er et advokatfirma eller designhus. Vi lever af at sælge timer. enten fast pris, hvor man laver en pris ud fra hvilken leverance der forventes eller løbende timer. Ved løbende timer betaler kunden løbende for de timer vi bruger. Der er fordele og ulemper ved begge dele. For løbende timer er der ingen risiko fordi vi ikke kan komme til at arbejde mere end de timer vi er sat til, men ulempen er også at vi ikke kan komme til at lave opskrivninger, hvor vi fx har solgt et projekt for 1/“ mil og hvis det så tager timer*

*omregnes til kroner og øre og det så kun i timer koster 300.000 kr at lave det , så så tjener vi jo 200.000 kr ekstra uden at vi lægger de ekstra timer. Så når man har en fastprismodel ligger der en risiko i at vi lægger ekstra timer i og derved "mister penge" i den forstand." - Anonymiseret*

Der arbejdes ud fra to forskellige modeller hos Designit, men der er forskel på hvornår man foretrækker at bruge den ene frem for den anden og, hvilken model kunderne og Designit selv foretrækker at bruge.

*"Det er mest normalt at de (kunderne) gerne vil have en fast pris så de ved hvad de køber ind på. Det har ikke så meget med størrelsen af kunder at gøre. Nogle gange hvis der er stor usikkerhed på outcome af projektet vælger de en løbende timemodel fordi det er ekstremt svært at fastsætte prisen på et outcome, man usikker på, hvad skal blive. Hvis vi fx skal lave insights: interviews og rapportering ved vi ca hvad det skal koste, men hvis vi skal lave en forretningsmodel ud fra insights og bygge noget for et firma er det sindsygt svært at vurdere. i sådan en situation vil vi have en dialog med kunden og sige at hvis vi skal prissætte det lægger vi mere oveni for at være sikker påsat det ikke overskrider den pris vi sætter. Derfor har vi ofte dialogen med kunderne om hvilken model der er bedst til den specifikke situation." Anonymiseret*

Designit ligger i felt der rækker ind over flere forskellige brancher, derfor dækker de en brød vifte af opgaver. Der er mange forskellige teams hos Designit også i de forskellige kontorer rundt om i verden, der også gør at kontorerne kan arbejde på tværs når der er behov for det.

*"Designet er en speciel konstruktion "bastard-child" mellem nogle forskellige fordi vi dækker så bredt. Vi dækker brand, insights, digitalt og produkt og dem er der ikke ret mange af i danmark der er stort set kun "Eggs" ellers skal man til udlandet. Derfor er det meget forskellige hvilke konkurrenter vi er oppe imod. Det er stort set aldrig full service design bureau men mindre mere specialiserede bureau."*

- Anonymiseret

Når man er en konsulentvirksomhed, der skal ud at sælge sig ind på projekter er det også vigtigt at kunne differentiere sig fra de andre konsulentvirksomheder. Det forsøger Designit selvfølgelig også at gøre. En af de ting Designit har at kunne sælge sig på er deres alsidighed og mulighed for at kunne byde ind på alle dele af en designproces. Lige fra research og brugerundersøgelser til prototyping og test af produkt til branding og strategi. Der er ikke ret mange andre, der kan gøre lige præcis dette, derfor skiller Designit sig ud på dette.

*“Det er virkelig svært fordi det er svært at differentieres sig når man går op i mod nogle der har en spidskompetence indenfor noget for eksempel indenfor digitalt, hvor der er stor forskel på hvad de er gode til.*

*Der hvor vi differentiere os er ved vores insightsteam, det tabber også ind i vores brand, digital og produkt afdelinger, men det der med at vi bygger vores leveringer op ud fra insights. Det gør at vi bygger en strategi op på baggrund af forretnings og brugerbehov inden vi designer og det gør vi uafhængigt af produktet men det er der vi differentiere os meget. Mange af de bureauer vi møder har en meget teknisk tilgang, der er vores det indsigt-drevne. De produktfirmaer vi ofte kæmper mod har ikke et digitalt ben, det har vi derfor kan vi differentiere os der og der har vi en helt unik mulighed.” - Anonymiseret*

**Hvilken værdi skaber designeren i virksomheden? Hvordan arbejdes der med designproces og metoder i virksomheden? Hvilke vigtige roller, ansvar og kompetencer er der behov for som designer i denne virksomhed?**

Hos Designit er der flere forskellige designteams, der skaber forskellige værdier. Det team jeg er i er en kombination af servicedesignere, etnologer og CBS'ere, derfor bliver faglighederne kombineret og brugt på forskellige måder. Fordi jeg er i dette team vil mine kompetencer som designer være mindre fokuseret på det æstetiske og have større fokus på brugerforståelse, insights, servicedesign og systemdesign. Derfor er der også mange forskellige kompetencer der bliver sat i spil som designer i et insights and strategy team. Design er det er bliver solgt hos designit, men for at sikre sig at det bliver det bedst mulige design er det vigtigt at have brugeren som fokus hele vejen igennem.

*“Det er stadigvæk vores core offering(design). Selvom vi har insights og servicedesign er det sjældent, at der er nogle der udelukkende går ind og køber strategier, så går de til nogle andre. Det er epicentret - Vi laver noget for at det i sidste ende er noget man kan have i hånden. Det er hele omdrejningspunktet, der er designerens rolle. Den klassiske designers rolle der er formgiveren er fuldstændig uvurderlig for vores forretning. Uden det har vi ikke rigtig noget produkt at sælge - det andet er nærmest mere supportfunktioner for at gøre slutproduktet endnu bedre.” - Anonymiseret*

Det er ekstremt vigtigt i en virksomhed som Designit at have de forskellige afdeliger, der kan spille sammen og til sidst ende ud med et godt produkt/service til kunden, da det i sidste ende er det fysiske outcome Designit sælger sig selv på. Det er når kunden kan se et slutprodukt og kan føle på det. Derfor er det vigtigt at have både den klassiske æstetiske designer og også de mere alsidige designere der tænker mere i bruger forståelse.

En stor del af designets måde at arbejde på er, at have kunder til workshops og bruge forskellige metoder i designprocessen. Der er flere metoder der generelt bruges til mange projekter, men som tilpasses for at kunne bruges til et konkret projekt.

*“Vi har nogle grundmetoder vi bruger der er kvalitative etnografiske metoder og så har vi selvfølgelig også noget forretningsforståelse, men vi bliver hele tiden inspireret af nye metoder uanset om det så er google ventures sprint eller hvad det er, men ideen om et fast katalog fungerer ikke her fordi alle medarbejderne er kreative og vi derfor tweaker og tilpasser til projekter og snakker meget efter om hvordan vi kan forbedre og arbejde videre. Metoderne ligger nok mere om bag i hovedet. Derfor er det meste vi laver en eller anden form for special built af noget metode.” - Anonymiseret*

Udover metoder og det også vigtigt i designerens rolle at have en forståelse for nye trends og kunne sætte sig ind i forskellige brancher og hvilken jargon der

bruges der for at kunne få de bedste insights. Forretningsforståelse er derfor en vigtig del af at være ansat i en konsulentvirksomhed som Desingit.

*“I forhold til de kunder vi har er det rigtig vigtigt for dem der vælger et bureau som os at vi har forretningsforståelse - har en forståelse af at design er et redskab til at lave bedre forretning så hvis vi ikke også kan tale med på den vil vi miste ufatteligt meget troværdighed i forhold til at gå ind og have en dialog med dem om hvordan vi arbejder med at lave en bedre forretning.” - Anonymiseret*

Som designer er man også nogle gang med ude for at skulle pitche til et projekt og der er det vigtigt at have en forståelse for virksomheden og branchen omkring. At have forståelse for forretningen har indflydelse på, hvordan vi arbejder med indsigter og brugerundersøgelser, hvilket tydeligt påvirker hvordan produktet udvikles.

*“Det tabber ned i at selvom vores outcome er formgivning så er det en forudsætning for at vi kan lave et godt produkt, at vi har den her forretningsforståelse. Det er alle de parametre. Det handler om forståelsen for slutkunder, og forretningsforståelse. Vi er nød til at have nogle med på holdet, der har en forståelse for det mere tekniske element, hvor man har folk med på siden. (bygges på fabrik etc. )Derfor er det i den forstand ikke den klassiske æstetiske designer der er brug for, fordi det ikke er beautification vi laver, men er design med formål. Det gør at området bliver mere komplekst der hvor vi leverer design ind i og har man ikke forståelsen for det, er det rigtig svært at lave et godt design der taber ind i netop det felt.” - Anonymiseret*

Der er derfor mange vigtige dele indenfor designerens rolle og kompetencer der kan blive sat i spil og ud fra hvilket team man er i i virksomheden, vil det være forskelligt hvilke kompetencer der sættes i spil, hvilke metoder der bruges og hvilken værdi designerne skaber. Som en del af insights teamet arbejder jeg mere med de etnografiske metoder, da vi arbejder med startdelen af designprocessen og med brugertest. Derudover er det vigtigt for mig i min rolle, at sætte mig ind i vores kunders branche og kunne forstå nogle af de basic termer der bruges indenfor den

givne branche, for at få de bedste svar og kunne spørge ind, når vi er ude i felten og lave interviews.

Hos Designit er der mange forskellige typer af designere ansat, men der er forskel på hvilken type designer man er og hvilket ansvar man har i den rolle. Overordnet set er den vigtigste rolle formgivning for designeren. At kunne skabe et produkt der er brugervenligt og som man har lyst og kan forstå at betjene.

*“Den vigtigste rolle er i den brede kontekst formgivning. Det er at lave et produkt som man kan og har lyst til at betjene. Det handler om formgivning i det brede perspektiv ikke kun om, at det ser godt ud med norm betjeningsdelen i det og forståelsen.” - Anonymiseret*

Formgivning i den brede kontekst er produkt og den digitale designers fineste kunst i deres rolle, men som praktikant i insights and strategy teamet er min rolle og mit ansvarsområde et andet. Servicedesign kobler felterne etnologi/antropologi med Design og fortolker de forskellige findings med en designers kreativitet til brugbare design indsigter, som den digitale designer eller produktdesigneren kan arbejde videre med.

*“Ansvar og rolle som servicedesigner : at kunne byde ind med koblingen mellem indsigten og oversætte det til noget man kan lave design ud fra. Det er det vi kalder for mulighedsrum. Det er forholdsvist nemt at finde dygtige researchere der kan bearbejde emperi, men at finde potentiale er servicedesignerens rolle og det er værre at finde. Hvis ikke man har nogle til at skabe/påpege disse mulighedsrum, så bliver det værre at lave solide designoutputs. Servicedesignerens rolle er både analytisk og kreativ for ellers mister det lidt sin værdi i forhold til det felt vi arbejder med. Så service designeren kan begynde at tænke rejsen og have dialog med den formgivende designer om hvilke retninger det giver mening at tage, så som service designer er man i spændingsfeltet mellem det analytiske og det formgivende. Det er også den person der er så sværd at finde. indenfor de mere analytiske steder er der ikke så meget fokus på det og der er ikke så mange redskaber til det, derfor skal det nok lidt mere ligge i sin person end noget man tillægger på uddannelserne.*

*Der har designskolerne nok den udfordring at de mangler den mere analytiske tilgang. det er dette vi prøver at forene i vores tilgang,” - Anonymiseret*

Hos designit er det vigtigt at have mennesker ansat der kan begge dele og derfor er det selvfølgelig vigtigt at have fokus på det æstetiske, da Designit jo er en designvirksomhed frem for alt.

*“I sidste ende skal man heller ikke glemme at det æstetiske output betyder sindsygt meget og håndværket i at lave et godt produkt.*

*der er en hårfin balance mellem at bygge noget på indsigter og lave noget der er sindsygt lækkert æstetisk og betjeningsmæssigt. i sidste ende bliver vores næste projekter solgt på designoutputtet.*

*det er også her hvor designit har en speciel DNA, i forhold ti landre firmaer der har mere hardcore business approach så tilgangen til håndværket i designer anderledes hos os fordi virksomheden er bygget op af designere.” - Anonymiseret*

**Min profil - Hvilke faglige kompetencer har jeg benyttet mig af i praktikken? Hvilke kompetencer har jeg fået af at være en del af virksomheden? Hvordan har praktikken været med til at udbygge mit netværk?**

Da mit praktiksted har været lidt udenfor mit felt, har jeg haft mulighed for at bruge flere forskellige elementer af mine kompetencer løbende. Projekterne varierer en del og alt afhængig af projektet er det forskellige kompetencer der bliver sat i spil. Overordnet set er en af de vigtigste kompetencer i mit arbejde som designer at have en human centered approach. Som virksomhed sætter Designet brugeren rigtig højt, hvilket jeg også selv gør, når jeg designer.

Mange af de kompetencer jeg indtil videre har sat i spil fra skolen har været de mere antropologiske, der bygger på interviews, desktopresearch, brugerundersøgelser, inddragelse og test. Jeg har arbejdet mest med hvordan man sætter indsigterne i spil og viderefører de indsigter vi har fået til noget der kan designes udfra.

I min praktik har jeg tilegnet mig en del nye kompetencer der bygger videre på dem jeg har fået med mig fra skolen.

Fordi jeg er i et team, der er en blanding af researchere og servicedesignere, har jeg tilegnet mig rigtig mange nye kompetencer. Jeg er blevet kastet ud i en masse opgaver, jeg ikke har den store erfaring med, men hvor jeg altid har kunne gå til en af de andre for sparring eller gode råd. Jeg har igennem min praktik fået en del erfaring, med at opstille og udføre brugerundersøgelser. Jeg har været med til at opsætte spørgeguides til test af prototyper, transkriberet interviews med end-users til research og indsigter til igangværende projekter samt opsat spørgeskemaer for at få så mange respondenter som muligt. Disse kompetencer ligger lidt udenfor designfeltet, men er essentielle for at kunne arbejde brugercentreret, når man skal designe. Udover den mere research tunge del, har jeg også arbejdet mere med servicedesign, og fået et andet perspektiv på, hvordan man kan gribe dette an, og fik hurtigt lov til at være den eneste "servicedesigner" på et projekt og dermed også en del ansvar.

En anden vigtig del af de kompetencer jeg tager med mig fra praktikken er, hvordan det er at være designer i den virkelige verden. At få lov til at komme med ud til kunder, udføre interviews og få en indsigt i de overvejelser og udfordringer der er for et strategisk designbureau, hvor det kan være svært at forudsige, hvilke projekter der er 2-3 mdr frem i tiden.

Mit netværk indenfor designverden er blevet udvidet betydeligt. På Designnits kontor i København er vi ca 65 ansatte og vi har besøg fra andre afdelinger løbende. Mit netværk har udvidet sig både fordi Designnit er en stor virksomhed og fordi jeg har været med ude at interviewe folk i forbindelse med at Designnit gerne vil arbejde mere bæredygtigt. Her har vi interviewet forskellige virksomheder og organisationer der arbejder med dette. Efter mit netværk har udvidet sig har jeg også kunne se at flere tjekker min linkedin profil og jeg dukker op i flere søgninger på LinkedIn.



Anonymiseret  
Tekstildesign



Navn: Anonymiseret

Studieretning: Tekstildesign

Semester: 6. semester

Fag/fagnummer: BF3PK--

BSE

Vejleder: -

Antal enheder/anslag (inkl. mellemrum): 17956

Antal bilag: 0

**Opgavens hovedtitel: Praktik Logbog**

# Praktik logbog

Under den obligatoriske praktik, var jeg praktikant i designafdelingen hos Stine Goya. Stine Goya er en dansk modevirksomhed der blev grundlagt i 2006. Bag virksomheden er Stine Goya, som er grundlægger, og nu er direktør og Creative Director. I dag består virksomheden af omkring 30 ansatte, fordelt på design, salg, kundeservice, produktion, PR & marketing og økonomi.

Virksomheden er kendt for sit etablerede, kunstnerlige udtryk og sit modige brug af farver og print, som alle er håndtegnede in-house af designteamet. Det, sammen med den nye bæredygtige strategi, var med til at jeg gerne ville i praktik i virksomheden.

## Ansøgningen

Hvordan fik du din praktikplads? Beskriv hvordan du fandt virksomheden, og hvordan du søgte

Jeg startede min ansøgningsproces i starten af oktober, og fik underskrevet min praktikaftale med Stine Goya i slutningen af december. Jeg kendte til virksomheden i forvejen, da de er en af de største danske modevirksomheder. Jeg fulgte dem på Instagram, og abonnerede på deres nyhedsbrev, hvilket gjorde, at jeg havde et godt kendskab virksomhedens æstetik og værdier.

Jeg kontaktede virksomheden som en af de første, da jeg startede med at sende ansøgninger ud. Ansøgningen var uopfordret, og jeg ringede først ind til Stine Goyas hovedkontor, for både at forhøre mig om de tog praktikanter, og bede om en mailadresse jeg kunne sende min ansøgning til. Herefter sendte jeg min portfolio, cv og en motiveret ansøgning. Der gik 3 uger inden jeg fik svar på min ansøgning, og imellem tiden ringede jeg til hovedkontoret en gang ugentligt, for at spørge efter svar, og sige, at jeg fortsat var søgende og interesseret. Herefter blev jeg inviteret til en samtale, som foregik på deres hovedkontor, med Stine Goyas Head of Design Meme Marta Fagiuoli. Samtalen varende en halv times tid, og vi snakkede om min portfolio, de projekter jeg var i gang med på skolen, Stine Goya som virksomhed og de opgaver jeg kunne komme til at varetage som praktikant hos dem. Opgaverne bar præg af, at jeg ville komme til at blive en del af deres designteam, og indgå på lige fod med de fastansatte designere. Der gik igen omkring 3 uger før jeg fik svar, her henvendte jeg mig igen til dem en gang om ugen, for at fastholde kontakten. De sendte mig en mail, hvor der stod at de gerne ville have mig i praktik, og resten af formaliteterne blev aftalt over mail. Jeg startede i praktik mandag den 7. januar, og var i praktik indtil fredag den 15. marts.

## Virksomheden

Beskriv praktikstedets forretningsmodel og giv en kort beskrivelse af den branche/omverden, som virksomheden befinder sig primært i

Hos Stine Goya bliver der produceret fire kollektioner om året. Kollektionerne er Autumn/Winter, Pre-Spring, Spring/Summer og Pre-Autumn, hvor der i de to hovedkollektioner er omkring 150 styles, og 90 styles i pre-kollektionerne. Kollektionerne består både af beklædning, men også af

accessories som sko, tasker, tørklæder og smykker samt diverse sæsonprægede accessories som håndklæder og juledekorationer.

Ud over de fire årlige kollektioner, har virksomheden også samarbejder med kunstnere eller andre designere. Oftest vil disse samarbejder være en kunstner, der er med til at udvikle prints sammen med designafdelingen, eller omvendt designafdelingen som udvikler form, farver eller mønstre til en virksomhed som for eksempel beskæftiger sig med keramik eller smykker.

Derudover har de fast et show under den danske modeuge. Under den modeuge jeg nåede at være en del af under mit praktikforløb, lavede Goya et show der ikke kan betegnes som et normalt modeshow. 15 kvindelige dansere fra ind- og udland, samt en musiker og en koreograf, blev hyret til at lave en danseperformance, hvor 15 showpieces blev fremvist. Ikke en eneste style fra kollektionen blev vist. Showet fik meget omtale, og en video af showet blev udgivet på platformen "Nowness". At lave et show som dette, er et bevidst valg mod at markedsføre sig som en modevirksomhed hvor kreativiteten og kunsten er i hovedsædet.

Markedsføringen er en vigtig del af virksomheden, da de primært befinder sig i modebranchen. Denne branche er præget af meget konkurrence, og en overflod af produkter. For at en virksomhed skal kunne klare sig, skal de kunne differentiere til sig fra alle de andre lignende modevirksomheder. Stine Goya gør dette, ved at markedsføre sig som en kunstnerisk modevirksomhed, hvor de ikke går på kompromis med kreativiteten i processen. Dette ses gennem den måde der bliver designet på, de samarbejder de indgår i, og i det univers de skaber, ikke kun i kollektionerne, men også i butikkerne, på hjemmesiden og på sociale medier.

Virksomhedens fremtidsmål er, at opnå mere anerkendelse internationalt, samtidig med at bevare den tilknytning de har til Danmark, og også indtage en større markedsandel herhjemme. At få en større international synlighed og omtale, er det der primært arbejdes på nu.

Det arbejder de på, ved at lave flere samarbejder med internationale influencers, og har for nyligt også åbnet deres eget selvstændige showroom i Paris. At åbne et nyt showroom har været essentielt for Stine Goya, da kun få agenter eller indkøbere kommer til Danmark. Tidligere har virksomheden kun vist sine kollektioner frem internationalt på et fælles showroom, men det er langt mere effektivt at kommunikere sin brand identitet på et selvstændigt showroom, da Stine Goya har haft mulighed for selv at indrette det, og have sine egne medarbejdere dernede. Det har repræsenteret virksomheden stærkere visuelt, og har også allerede givet positive udslag. Sidst har virksomheden fået international omtale, da Michelle Obama bar et skræddersyet jakkesæt af Stine Goya ved sit besøg i Danmark under hendes internationale tour. Stine Goya har derudover for nyligt lavet flere afgørende aftaler både i London og New York, som ikke er offentliggjort endnu. Desuden forsøger virksomheden at positionere sig som et eksklusivt mærke på det internationale marked. Hvor de før har henvendt sig til små selvstændige butikker, henvender de sig nu i højere grad til højprofilerede stormagasiner som Selfridges og Liberty eller til samme type af e-tailers som farfetch.

En anden målsætning for virksomheden er, at blive mere bæredygtig. Dette fremtidsmål er allerede i gang med at blive implementeret i virksomheden, og kan mærkes på flere områder. Først og fremmest vil Stine Goya holde fast i hendes design æstetik, og forsøge at designe styles der passer i virksomhedens univers, og dermed gøre hendes styles relevante i længere tid. Derudover er virksomheden i gang med at omstille sin produktion, og ændre de materialer der bliver brugt til kollektionerne. Den kollektion af showpieces, der blev vist under sidste modeuge, var lavet af hvad

de kalder 100% bæredygtige materialer. Disse materialer kan enten være genanvendte, eller produceret under bedre forhold end konventionelle materialer. På sigt vil de implementere flere af disse materialer i deres kollektioner. Den bæredygtige omsætning stopper ikke ved kollektionerne, også andre områder som affaldssortering og papirforbrug er på dagsordenen og præger den måde der bliver arbejdet på internt på hovedkontoret.

Den måde Stine Goya tænker bæredygtigt på er ikke nødvendigvis i overensstemmelse med den måde jeg tænker det på, men jeg mener at det er en meget branchetypisk måde at anskue det på, og det har været spændende for mig at opleve, særligt hvordan produktionsafdelingen og designafdelingen har bearbejdet målsætningen.

Informationen til dette afsnit har jeg fået ved samtale med flere ansatte internt i virksomheden. De ansatte inkluderer en fra marketing, en fra økonomi og en fra design.

### Hvilken værdi skaber designeren i virksomheden?

Overordnet set er designerne i virksomheden uundværlige, da de skaber de produkter som virksomheden sælger. Det er designeren der sørger for at levere en kvalitet som kunderne er tilfredse med, både med tanke på kvalitet og æstetik.

Alt efter hvilken stilling designerne har, skaber de forskellig værdi, da de har forskellige opgaver. Virksomheden er bygget sådan op, at der er fem typer af designere; En Creative Director, En Head of Design, en printdesigner, to designassistenter og to-fire designpraktikanter.

Creative Director, Stine Goya, skaber visionen for virksomheden, og arbejder for, at målsætningerne bliver til en realitet. Hun træffer de endelige beslutninger.

Head of Design, Meme Marta Fagioli, lægger den kreative strategi for de enkelte kollektioner. Hun præsenterer i starten af hver kollektion inspirationskilder, moodboard og print plan for resten af designteamet. Hun designer alle styles, sørger for at uddelegerer arbejdet til de andre designere og fører kontrol med hver enkelt print og style fra begyndelsen af designprocessen til det endelige resultat.

Printdesigneren står for udførelsen af print til kollektionen, enten ved at udføre dem selv, eller kontrollere det arbejde, der bliver udført af de andre designere der beskæftiger sig med print. Alle prints skal dog godkendes af Meme, inden de bliver præsenteret for Stine.

Designassistenterne står for udførelsen, eller hjælp til denne, af hele kollektionen. Dette inkluderer styles, prints, strik, accessories, showpieces og diverse samarbejder. Den ene designassistent beskæftiger sig primært med styles, og den anden beskæftiger sig primært med print.

### Beskriv hvordan virksomheden anvender design proces og metoder / udviklingsproces

Virksomheden anvender mange designfaglige metoder og processer i løbet af en kollektion. I starten af processen anvender de forskellige typer af moodboards og visualiseringer for at kommunikere internt, og have et fælles udgangspunkt at designe fra. Herefter bruger de research til at finde referencer, og undersøge de områder som inspirationen stammer fra. De kræver, at alle designere er informere om grundlaget for inspirationen, da der skal være et stærkt narrativ i kollektionen.

Derudover er der også en målgruppe og tidligere kollektioner man skal forholde sig til, og af denne grund, kræver det at man som designer kan designe ind i en kontekst til en bestemt målgruppe, og ramme et passende udtryk.

Undervejs i processen bliver der brugt designfaglige kompetencer til kollektionsopbygningen. Dette inkluderer blandt andet viden inden for farve og komposition, om silhuetter, trends, tegning, og materialer. Her bliver der ubevidst anvendt metoder som clustering, photo & collect boards, eksperimenter, desktop research, brainstorm, prototyping, universes og aesthetic inspiration for at nævne nogle af de mest anvendte.

Det er en proces med mange iterationer. Det kan enten gælde en enkelt print, som kan være under udarbejdelse hen over en måned. Det kan også være designprocessen mere generelt, hvor det undervejs bliver mere tydeligt hvilket udtryk de skal ramme, efter at have prøvet flere forskellige udtryk af.

Sidst i processen er det primært udvælgelse, visualisering og tekniske kompetencer inden for Adobe programmer der bliver anvendt.

Generelt er det en meget hurtigere proces end jeg er vant til på Designskolen Kolding. Selv om der kan være en hel måned sat af til at designe prints til en given kollektion, kræves det at man arbejder meget effektivt for at nå de ambitiøse målsætninger. Arbejdsdagene er lange, men medarbejderne er motiverede, og alle arbejder hårdt sammen for at skabe den bedst mulige kollektion.

#### Hvad er vigtige roller, ansvar og kompetencer for at være designer ansat i virksomheden?

Som nævnt i afsnittet ovenover, har designeren brug for mange kompetencer igennem en kollektion, og rollerne er forskellige, alt efter hvilken stilling designeren har i virksomheden. Ud over de designfaglige kompetencer, har man behov for at have gode kommunikative evner, da alle designerne arbejder sammen på den samme kollektion. Det er vigtigt at kunne strukturere og samarbejde, og at kunne viderelevere en opgave til en anden designer. Som designer skal man både kunne tage kritik og designe meget præcist til den vision der er sat for kollektionen, samtidig med, at man skal kunne arbejde selvstændigt og træffe beslutninger.

#### Hvilke konkrete opgaver ville du kunne løse for din praktikvirksomhed i et tænkt designjob?

I løbet af min praktikperiode indgik jeg som en naturlig del af designteamet. De praktiske opgaver var minimale, og på lige fod med de andre fastansatte designassistenter. Mine primære arbejdsopgaver var inden for printdesign, men jeg beskæftigede mig også med design af accessories og strik. Umiddelbart ville det være lignende arbejdsopgaver jeg kunne løse, hvis jeg skulle have et job hos virksomheden.

## Min designprofil

#### Hvilke faglige kompetencer har du bragt i anvendelse under din praktik?

Under min praktikperiode, anvendte jeg mange af de kompetencer jeg har fået gennem mine tre års studier. Særligt har jeg anvendt min viden om, at udvikle koncepter og narrativer og at designe

tekstiler til disse. Selv om jeg ikke har udviklet koncepterne eller inspirationen selv, har det hjulpet mig til at kunne designe tekstiler, der passede ind i den ramme Stine Goya satte op for kollektionen.

Derudover har jeg anvendt mine kompetencer inden for udvikling af tekstildesign, da jeg har udviklet både print og strik til kollektionen der blev arbejdet på, under min praktikperiode. Her brugte jeg min viden om tegning, komposition, farver, materialer, print og strik. Derudover har jeg i højeste grad brugt mine computertekniske kompetencer hver dag, da meget af arbejdet foregår i Adobe programmer.

Jeg har også skulle bruge min evne til at eksperimentere og udvikle designs, når jeg er blevet bedt om at designe objekter jeg ikke har arbejdet med før, i en designfaglig kontekst. Disse objekter har blandt andre inkluderet smykker og emballage.

### Hvad er din vigtigste læring under din praktik?

Jeg har gennemgået en stor udvikling under min praktik, og har fået mange forskellige typer af læring med. Først og fremmest har jeg fået skærpet mine kompetencer som tekstildesigner, og lært hvordan jeg kan anvende dem i en virksomhed.

At få en forståelse af, hvordan det er at arbejde i en virksomhed, har været en god indsigt at få, i forhold til tidligere, hvor jeg kun havde kendskab til den type af design og designproces der foregår i en skolekontekst. Det har givet mig en større selvtillid at være i praktik, da jeg har oplevet, at de ting jeg kan, er noget der kan skabe værdi, og at jeg kan være med til at bidrage. Også i en større virksomhed med etablerede designere, der har langt mere erfaring end mig.

At være under opsyn af kompetente designere hele tiden, har gjort at jeg har fået skærpet mine kompetencer som tekstildesigner. At være tvunget til at stå til ansvar overfor ens arbejde, ikke kun til en selv, men også til andre designere, en virksomhed og brugere, har gjort at jeg har udviklet mine kompetencer, og jeg føler, at jeg nu designer på et højere niveau end før.

Desuden har jeg lært værdien i at kunne kommunikere, visualisere og samarbejde. Det er essentielt for at få en designafdeling, og en virksomhed, til at fungere. Jeg har også lært mere om hvad det vil sige at være designer i industrien.

### Hvorledes har du udbygget dit netværk under din praktik? Hvilke nye kontakter har du at trække på?

Jeg har under min praktik fået et langt større netværk. Mine nye primære kontakter, der ville kunne hjælpe mig i fremtiden er Head of Design, Meme, printdesigneren, Joanne og de to assisterende designere Ray og Blanca. Alle fire er designere der har arbejdet flere år inden for mode- og tekstildesign, og har mange kontakter både i ind- og udland. Da det er en relativt lille virksomhed med omkring 30 ansatte, føler jeg dog også at jeg har fået kontakt til personer i andre afdelinger, som jeg også ville kunne kontakte i fremtiden.

### Hvordan vil du fastholde din kontakt til praktikstedet?

Der har været en gensidig interesse i, at fastholde kontakten imellem mit praktiksted og jeg. Vi har lavet en aftale om, at jeg kan hjælpe dem hvis de har behov for det, og at de altid kan tage kontakt til mig. Det har allerede resulteret i, at jeg har arbejdet for dem, både på deres lagersalg, og på en

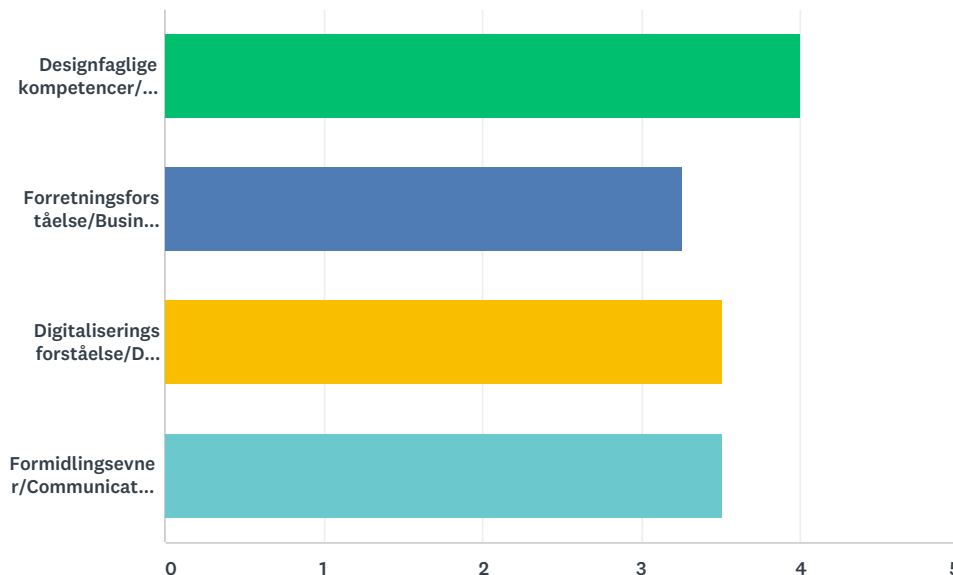
tekstilinstallation, der blev udstillet på Salone del Mobile. Særligt Meme, som har været min primære kontakt på praktikstedet, har jeg løbende kontakt med, da hun giver mig feedback undervejs i min bacheloropgave. Vi har indgået en aftale om, at hun giver mig feedback og vejledning efter behov. Det kan være på form, farver, mønstre eller noget helt fjerde, alt efter hvad jeg har behov for undervejs i projektet.

#### Hvordan indgår praktikstedet i dine fremtidige karriereplaner?

Praktikstedet kommer til at indgå i mine fremtidige planer, da jeg efter min afgang til sommer, vil tage et år hvor jeg er i praktik i forskellige virksomheder, og prøver nogle af mine interesseområder af, inden jeg om et år vælger hvilken kandidat jeg vil søge ind på. I den forbindelse, har Stine Goya tilbudt, at jeg kan komme yderligere tre måneder i praktik efter min afgang. Tilbuddet er interessant for mig, fordi jeg ikke følte, at jeg var færdig med at lære fra dem da jeg stoppede i praktik. Jeg prøvede stadig nye ting, og havde ikke været med gennem en hel kollektion. Det kunne være lærerigt at opleve alle elementer af at designe en kollektion, og i det hele taget blive ved med at finpudse mine kompetencer som designer i en virksomhed. Derudover har alle de ansatte hos Stine Goya været der i praktik i 6 måneder inden de blev ansat, hvor jeg indtil nu kun har været der i tre. Det er en virksomhed med voksevækst, og bare i de tre måneder jeg var ansat kom der fire nye medarbejdere til. Jeg har en forhåbning om, at de yderligere tre måneder i praktik, kan øge mine chancer for, måske, at få et job som designassistent i virksomheden. Hvis ikke nu, så på sigt.

Q1 I forhold til at praktikanten er studerende på 3. år, hvor tilfreds eller utilfreds er du så med praktikantens færdigheder på følgende områder? Considering the intern is a third-year student, how satisfied or dissatisfied are you with the intern's skills in the following areas?

Answered: 4 Skipped: 0

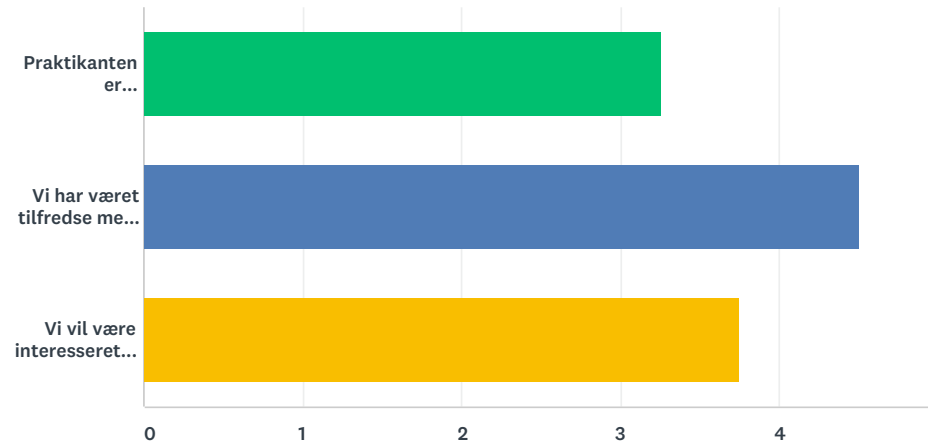


	MEGET UTILFREDS/VERY DISSATISFIED	UTILFREDS/DISSATISFIED	HVERKEN TILFREDS ELLER UTILFREDS/NEITHER SATISFIED NOR DISSATISFIED	TILFREDS/SATISFIED	MEGET TILFREDS/VERY SATISFIED	VED IKKE/IKKE RELEVANT - DON'T KNOW/NOT RELEVANT	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Designfaglige kompetencer/Design professional competencies	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	100.00% 4	0.00% 0	0.00% 0	4	4.00
Forretningsforståelse/Business understanding	0.00% 0	25.00% 1	25.00% 1	50.00% 2	0.00% 0	0.00% 0	4	3.25
Digitaliseringsforståelse/Digital understanding	0.00% 0	25.00% 1	0.00% 0	75.00% 3	0.00% 0	0.00% 0	4	3.50
Formidlingsevner/Communication skills	25.00% 1	0.00% 0	0.00% 0	50.00% 2	25.00% 1	0.00% 0	4	3.50



Q2 Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn om praktikanten? To what extent do you agree or disagree with the following statements about your intern?

Answered: 4 Skipped: 0



	HELT UENIG/STRONGLY DISAGREE	UENIG/DISAGREE	HVERKEN ENIG ELLER UENIG/NEITHER AGREE NOR DISAGREE	ENIG/AGREE	MEGET ENIG/STRONGLY AGREE	VED IKKE/IKKE RELEVANT - DON'T KNOW/NOT RELEVANT	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Praktikanten er erhvervsparat set i forhold til at være studerende på 3. år/The intern is employable considering he/she is a third-year student	0.00% 0	25.00% 1	25.00% 1	50.00% 2	0.00% 0	0.00% 0	4	3.25
Vi har været tilfredse med vores praktikant fra Designskolen Kolding/We have been satisfied with our intern from Design School Kolding	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	50.00% 2	50.00% 2	0.00% 0	4	4.50
Vi vil være interesseret i en praktikant fra Design Kolding igen/We would be interested in hosting an intern from Design School Kolding again	0.00% 0	0.00% 0	50.00% 2	25.00% 1	25.00% 1	0.00% 0	4	3.75

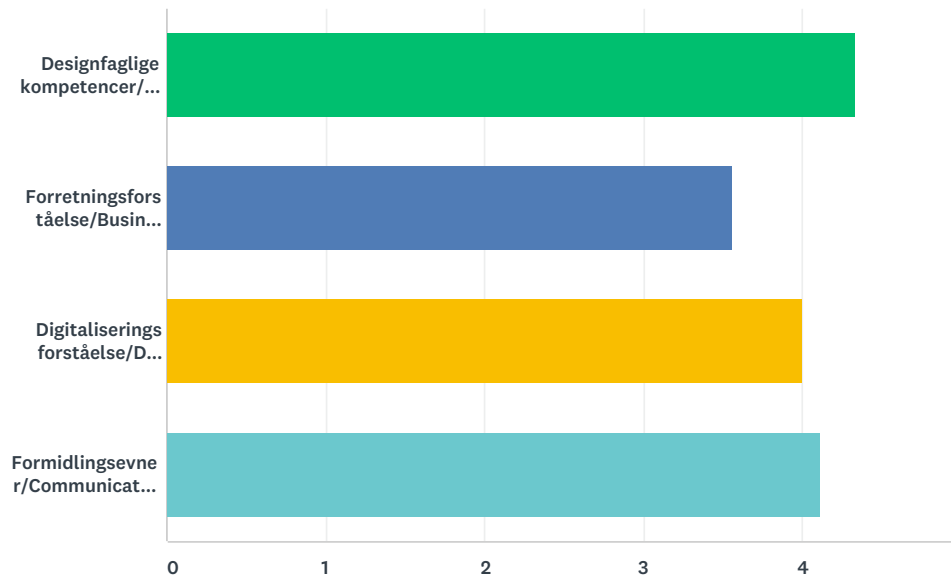
Q3 Hvilke færdigheder kunne praktikanten med fordel tilegne sig eller videreudvikle gennem sin uddannelse i forhold til fremtidig erhvervsparathed? What skills could the intern pursue or further develop during their studies to increase future employability?

Answered: 4 Skipped: 0

#	RESPONSES	DATE
1	Projektledelse sådan overordnet. Det med at være tjekket og sætte de rigtige folk cc. mm. dette er selvfølgelig forskelligt fra virksomhed til virksomhed. Men at have et udgangspunkt, hvor at det er fair at fejle og turde træde ved siden af, det synes jeg er vigtigt. :)	4/4/2019 2:48 PM
2	Større teknisk erfaring	3/24/2019 1:31 PM
3	Jeg har ikke umiddelbart nogen forslag.	3/18/2019 1:06 PM
4	tværgående forståelse	3/15/2019 1:57 PM

Q1 I forhold til at praktikanten er studerende på 3. år, hvor tilfreds eller utilfreds er du så med praktikantens færdigheder på følgende områder? Considering the intern is a third-year student, how satisfied or dissatisfied are you with the intern's skills in the following areas?

Answered: 9 Skipped: 0



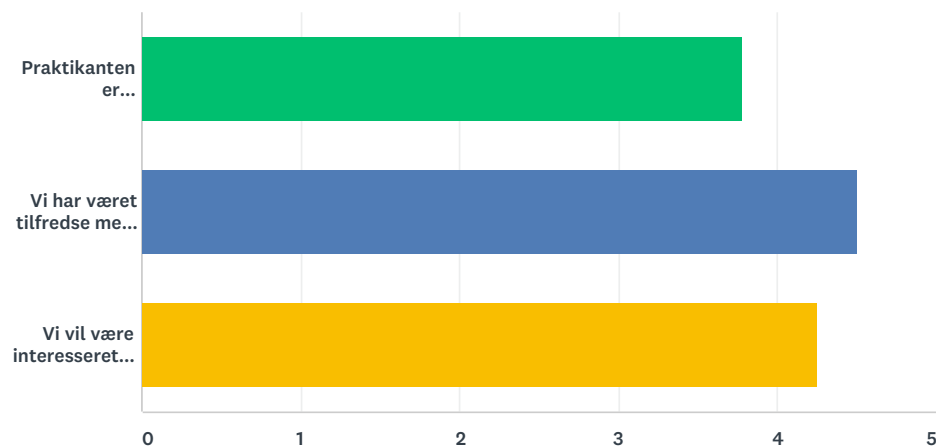
	MEGET UTILFREDS/VERY DISSATISFIED	UTILFREDS/DISSATISFIED	HVERKEN TILFREDS ELLER UTILFREDS/NEITHER SATISFIED NOR DISSATISFIED	TILFREDS/SATISFIED	MEGET TILFREDS/VERY SATISFIED	VED IKKE/IKKE RELEVANT - DON'T KNOW/NOT RELEVANT	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Designfaglige kompetencer/Design professional competencies	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	66.67% 6	33.33% 3	0.00% 0	9	4.33
Forretningsforståelse/Business understanding	0.00% 0	11.11% 1	33.33% 3	44.44% 4	11.11% 1	0.00% 0	9	3.56
Digitaliseringsforståelse/Digital understanding	0.00% 0	11.11% 1	11.11% 1	44.44% 4	33.33% 3	0.00% 0	9	4.00
Formidlingsevner/Communication skills	0.00% 0	11.11% 1	11.11% 1	33.33% 3	44.44% 4	0.00% 0	9	4.11

Praktikværtsevaluering/Internship host evaluation 2019 Industrielt Design/Industrial Design

#	ANDET/OTHER (UDDYB VENLIGST/PLEASE ELABORATE)	DATE
1	social skills > satisfied	3/16/2019 6:29 PM

Q2 Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn om praktikanten? To what extent do you agree or disagree with the following statements about your intern?

Answered: 9 Skipped: 0



	HELT UENIG/STRONGLY DISAGREE	UENIG/DISAGREE	HVERKEN ENIG ELLER UENIG/NEITHER AGREE NOR DISAGREE	ENIG/AGREE	MEGET ENIG/STRONGLY AGREE	VED IKKE/IKKE RELEVANT - DON'T KNOW/NOT RELEVANT	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Praktikanten er erhvervsparat set i forhold til at være studerende på 3. år/The intern is employable considering he/she is a third-year student	0.00% 0	11.11% 1	22.22% 2	44.44% 4	22.22% 2	0.00% 0	9	3.78
Vi har været tilfredse med vores praktikant fra Designskolen Kolding/We have been satisfied with our intern from Design School Kolding	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	44.44% 4	44.44% 4	11.11% 1	9	4.50
Vi vil være interesseret i en praktikant fra Design Kolding igen/We would be interested in hosting an intern from Design School Kolding again	0.00% 0	0.00% 0	11.11% 1	44.44% 4	33.33% 3	11.11% 1	9	4.25

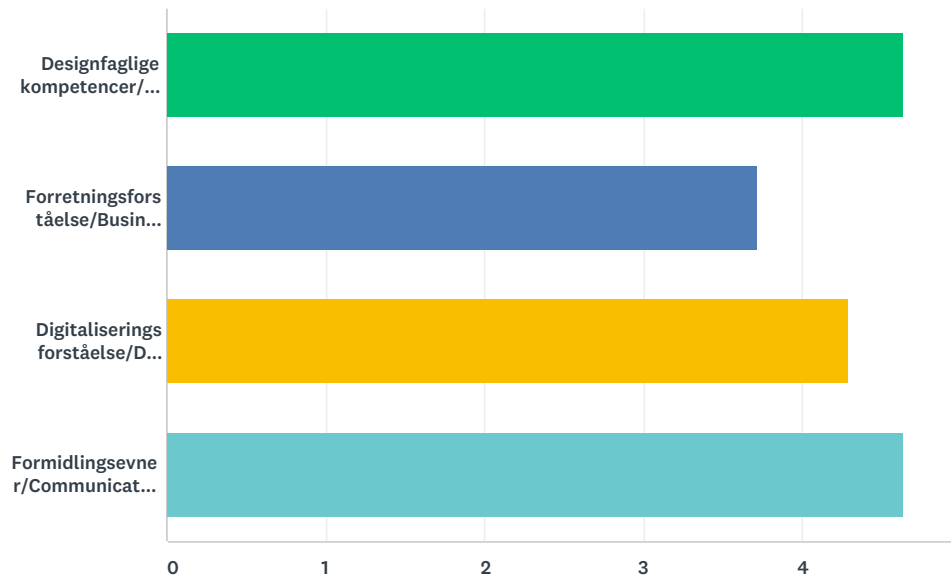
Q3 Hvilke færdigheder kunne praktikanten med fordel tilegne sig eller videreudvikle gennem sin uddannelse i forhold til fremtidig erhvervsparathed? What skills could the intern pursue or further develop during their studies to increase future employability?

Answered: 9 Skipped: 0

#	RESPONSES	DATE
1	....more flexible creativity....perhaps	4/11/2019 7:29 PM
2	Projektledeelse	4/4/2019 3:57 PM
3	3D print i praksis. Det er en meget brugt teknik, som dog kræver minimum 100 timers praktisk brug for at bruge teknologien effektivt.	3/26/2019 3:23 PM
4	N/A	3/20/2019 12:30 AM
5	metodeværktøjer. øvelse i at tage ideer videre fra idéstadiet.	3/18/2019 8:38 PM
6	mere økonomisk forståelse af designprocessen og produktet.	3/18/2019 11:07 AM
7	3D Programmer	3/17/2019 8:24 AM
8	the skill/ability to follow up a new product from design to prototype to final design and this within a certain time frame and with economic feasibility.	3/16/2019 6:29 PM
9	tværgående forståelse	3/15/2019 1:57 PM

Q1 I forhold til at praktikanten er studerende på 3. år, hvor tilfreds eller utilfreds er du så med praktikantens færdigheder på følgende områder? Considering the intern is a third-year student, how satisfied or dissatisfied are you with the intern's skills in the following areas?

Answered: 8 Skipped: 0



	MEGET UTILFREDS/VERY DISSATISFIED	UTILFREDS/DISSATISFIED	HVERKEN TILFREDS ELLER UTILFREDS/NEITHER SATISFIED NOR DISSATISFIED	TILFREDS/SATISFIED	MEGET TILFREDS/VERY SATISFIED	VED IKKE/IKKE RELEVANT - DON'T KNOW/NOT RELEVANT	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Designfaglige kompetencer/Design professional competencies	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	37.50% 3	62.50% 5	0.00% 0	8	4.63
Forretningsforståelse/Business understanding	0.00% 0	12.50% 1	25.00% 2	25.00% 2	25.00% 2	12.50% 1	8	3.71
Digitaliseringsforståelse/Digital understanding	0.00% 0	0.00% 0	12.50% 1	37.50% 3	37.50% 3	12.50% 1	8	4.29
Formidlingsevner/Communication skills	0.00% 0	0.00% 0	12.50% 1	12.50% 1	75.00% 6	0.00% 0	8	4.63

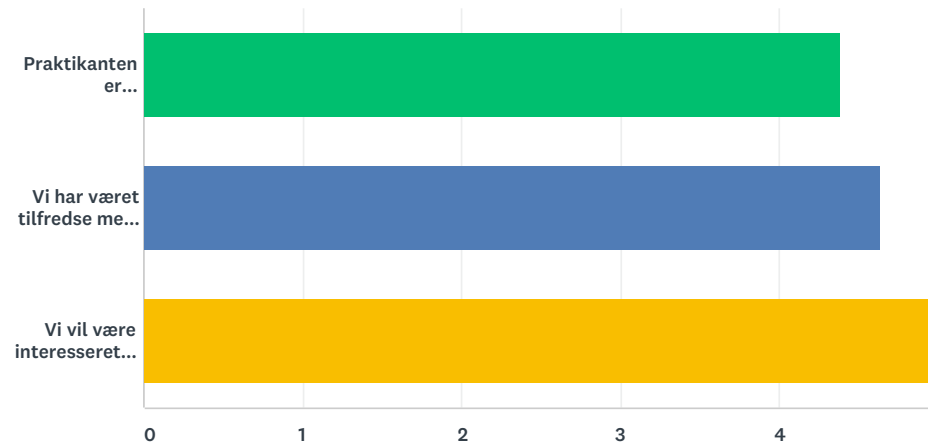
Praktikværtsevaluering/Internship host evaluation 2019 Kommunikationsdesign/Communication Design

#	ANDET/OTHER (UDDYB VENLIGST/PLEASE ELABORATE)	DATE
1	Virkelig god indenfor de relevante områder ift. praktikstedet	3/20/2019 11:18 AM



Q2 Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn om praktikanten? To what extent do you agree or disagree with the following statements about your intern?

Answered: 8 Skipped: 0



	HELT UENIG/STRONGLY DISAGREE	UENIG/DISAGREE	HVERKEN ENIG ELLER UENIG/NEITHER AGREE NOR DISAGREE	ENIG/AGREE	MEGET ENIG/STRONGLY AGREE	VED IKKE/IKKE RELEVANT - DON'T KNOW/NOT RELEVANT	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Praktikanten er erhvervsparat set i forhold til at være studerende på 3. år/The intern is employable considering he/she is a third-year student	0.00% 0	0.00% 0	25.00% 2	12.50% 1	62.50% 5	0.00% 0	8	4.38
Vi har været tilfredse med vores praktikant fra Designskolen Kolding/We have been satisfied with our intern from Design School Kolding	0.00% 0	0.00% 0	12.50% 1	12.50% 1	75.00% 6	0.00% 0	8	4.63
Vi vil være interesseret i en praktikant fra Design Kolding igen/We would be interested in hosting an intern from Design School Kolding again	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	100.00% 8	0.00% 0	8	5.00

#	ANDET/OTHER (ANGIV VENLIGST/PLEASE ELABORATE)	DATE
---	---	------



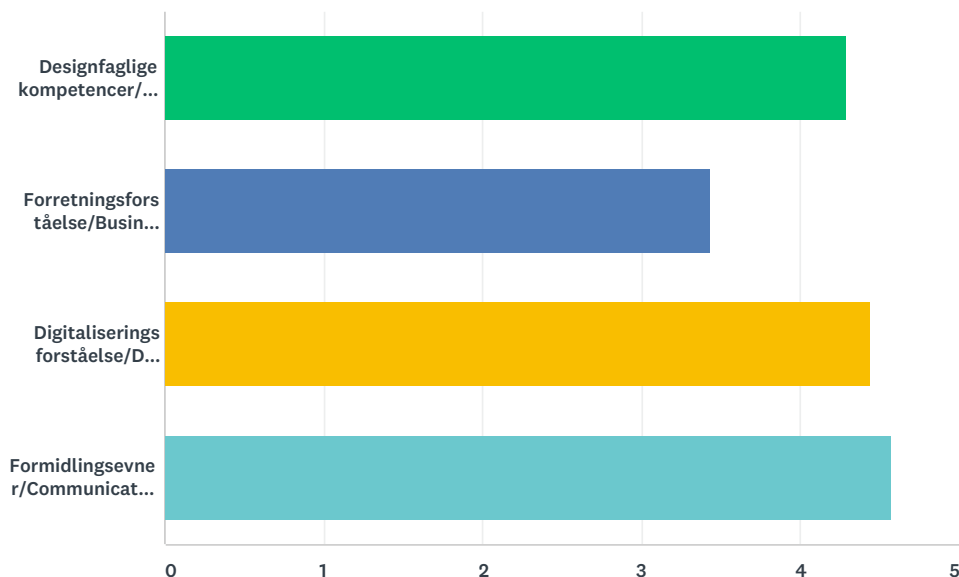
Q3 Hvilke færdigheder kunne praktikanten med fordel tilegne sig eller videreudvikle gennem sin uddannelse i forhold til fremtidig erhvervsparathed? What skills could the intern pursue or further develop during their studies to increase future employability?

Answered: 8 Skipped: 0

#	RESPONSES	DATE
1	Eventuelt bedre forretningsforståelse og indsigt i salg og markedsføring. Altså hvordan kommunikation og design også kan bidrage til at udvikle forretningen, salg og markedsføring.	4/6/2019 3:37 PM
2	Muligvis færdigheder indenfor koncept og identitetsudvikling.	4/6/2019 2:36 PM
3	Nicoline har mange kvalifikationer. Hun arbejdet godt både selvstændigt og i team. At være oppe på beatet med cad teknologien indenfor det designfelt man arbejder med er hos os altid et must have.	4/5/2019 7:04 AM
4	At arbejde egenhændigt / intitiativ. Gode gammeldags grafiske færdigheder (Illustrere m.m.).	3/20/2019 11:18 AM
5	- Større forståelse for deadlines - Tage sit arbejde seriøst - Være klar på at arbejde, når hun/han møder ind om morgenen. - Ikke være totalt underdrejet grundet fritidsjob.	3/19/2019 11:06 PM
6	Business and Picture Editing	3/18/2019 1:22 PM
7	Viden om tværmedialitet ift. bogproduktion, boghåndværk	3/18/2019 12:03 PM
8	Nicoline arbejder meget effektivt og selvstændigt med både koncept og konkretisering/udførelse. Hun har bidraget godt til tegnestuens arbejde og har en god energi der smitter. Hvorvidt hun har tilegnet sig disse færdigheder på uddannelsen eller som den selvstændigt arbejdende unge hun er ved jeg ikke.	3/15/2019 2:12 PM

Q1 I forhold til at praktikanten er studerende på 3. år, hvor tilfreds eller utilfreds er du så med praktikantens færdigheder på følgende områder? Considering the intern is a third-year student, how satisfied or dissatisfied are you with the intern's skills in the following areas?

Answered: 7 Skipped: 0



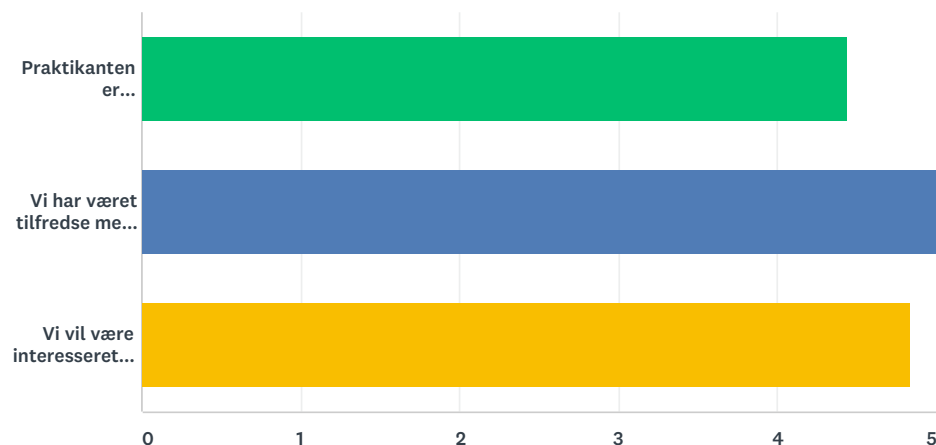
	MEGET UTILFREDS/VERY DISSATISFIED	UTILFREDS/DISSATISFIED	HVERKEN TILFREDS ELLER UTILFREDS/NEITHER SATISFIED NOR DISSATISFIED	TILFREDS/SATISFIED	MEGET TILFREDS/VERY SATISFIED	VED IKKE/IKKE RELEVANT - DON'T KNOW/NOT RELEVANT	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Designfaglige kompetencer/Design professional competencies	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 1	42.86% 3	42.86% 3	0.00% 0	7	4.29
Forretningsforståelse/Business understanding	0.00% 0	0.00% 0	71.43% 5	14.29% 1	14.29% 1	0.00% 0	7	3.43
Digitaliseringsforståelse/Digital understanding	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 1	28.57% 2	57.14% 4	0.00% 0	7	4.43
Formidlingsevner/Communication skills	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 1	14.29% 1	71.43% 5	0.00% 0	7	4.57

## Praktikværtsevaluering/Internship host evaluation 2019 Mode-/tekstildesign - Fashion/Textile Design

#	ANDET/OTHER (UDDYB VENLIGST/PLEASE ELABORATE)	DATE
1	Selma was a great intern and we would take her back anytime!	4/4/2019 2:52 PM
2	Jeg har ikke forventninger om at en studerende på 3.år har forståelse for, hvad det vil sige at drive forretning (i mit tilfælde selvstændig). Det er noget de får indblik i når de er i praktik eller når de engang får et arbejde... tænker at der er meget der er vigtigere at lære ifht. at være designer end lige præcis forretningsforståelse.	3/17/2019 3:49 PM

Q2 Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn om praktikanten? To what extent do you agree or disagree with the following statements about your intern?

Answered: 7 Skipped: 0



	HELT UENIG/STRONGLY DISAGREE	UENIG/DISAGREE	HVERKEN ENIG ELLER UENIG/NEITHER AGREE NOR DISAGREE	ENIG/AGREE	MEGET ENIG/STRONGLY AGREE	VED IKKE/IKKE RELEVANT - DON'T KNOW/NOT RELEVANT	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Praktikanten er erhvervsparat set i forhold til at være studerende på 3. år/The intern is employable considering he/she is a third-year student	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	57.14% 4	42.86% 3	0.00% 0	7	4.43
Vi har været tilfredse med vores praktikant fra Designskolen Kolding/We have been satisfied with our intern from Design School Kolding	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	85.71% 6	14.29% 1	7	5.00
Vi vil være interesseret i en praktikant fra Design Kolding igen/We would be interested in hosting an intern from Design School Kolding again	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 1	71.43% 5	14.29% 1	7	4.83

#	ANDET/OTHER (ANGIV VENLIGST/PLEASE ELABORATE)	DATE
---	---	------

1

Jeg er meget interesseret i en praktikant igen, gerne fra mere produkt-orienterede linjer, såsom accessories, industriel design, spatial design eller fashion design

---

3/19/2019 1:48 PM

Q3 Hvilke færdigheder kunne praktikanten med fordel tilegne sig eller videreudvikle gennem sin uddannelse i forhold til fremtidig erhvervsparathed? What skills could the intern pursue or further develop during their studies to increase future employability?

Answered: 7 Skipped: 0

#	RESPONSES	DATE
1	She was great, just carry on what you are doing already!	4/4/2019 2:52 PM
2	Forbedring af mere implementering af materialer, formgivning og produkt design	3/19/2019 1:48 PM
3	generel viden om hvad der rør sig i branchen både i dk og globalt, særligt i forhold til design.	3/18/2019 9:38 AM
4	Besides working on developing competences in different specialities more awareness on the complexity of the design process is useful. From defining client wishes and handling the set parameters within the project. It was good to see that the students did refer and implement the methods they were taught in school. But often there was not enough time or need for these processes to be fully implemented. In the studio one student had to work on a large variety of projects which was sometimes challenging. Another student was specifically tasked with one large project and had difficulty overseeing such a big project. Which is logic. By splitting up the project in small parts it became better. Obviously big design projects which run over a year are hard to step into for students.	3/17/2019 5:27 PM
5	Bedre digitale kompetencer (eks adobe pakken), som er relevant for ens faglighed.	3/17/2019 3:49 PM
6	Pattern making, sewing samples, technical drawings, pricefy...	3/16/2019 1:18 PM
7	More sourcing and business skills	3/15/2019 2:05 PM