



Stockholm
University

Department of Media Studies

Praktikant- Alumnstudie februari 2021

Birgitta Fiedler Alumnkoordinator

Praktikant/Alumnstudie

**Medie- och kommunikationsvetenskap: Kvalificerad yrkespraktik
– arbetslivserfarenhet och arbetssituation hösten 2020**

Bakgrund

Höstterminen 2020 startade institutionen för mediestudier för andra gången kursen: *Medie- och kommunikationsvetenskap: Kvalificerad yrkespraktik, 30 hp*. Syftet med kursen är att erbjuda studenter med examensarbete inom huvudområdet en möjlighet att tillämpa och reflektera över sina ämneskunskaper i en arbetslivskontext, och samtidigt förbättra sin anställningsbarhet inom något av de yrken huvudområdet utbildar för. Särskild behörighet till kursen är 90hp i medie- och kommunikationsvetenskap, inklusive examensarbete om 15hp.

23 behöriga med godkända praktiköverenskommelser registrerades på kursen och 20 studenter hade i februari 2021 avslutat kursen.

Mot slutet av praktikperioden sände alumunkoordinator en enkät med sju frågor till praktikanterna med fokus på arbetsuppgifter, praktikens relevans för arbetslivserfarenhet och huvudämnet medie- och kommunikationsvetenskap, handledning och den specifika arbetsituationen p.g.a. Covid-19.

12 av 20 studenter svarade på enkäten (60 %) externt bortfall 6 av 20 (40 %) ett internt bortfall på fråga fem.

Resultat enkät

Tidigare studies resultat (våren 2020) i hakparentes.

- *11 av 12 (92 %) [80%] anser att praktikplatsen är en relevant arbetsplats för en medie- och kommunikationsvetare och 1 svarade att den delvis är relevant, ingen respondent svarade nej.*
- *10 av 12 (83%) [93%] anser att praktikplatsen utvecklar dem inom det medie- och kommunikationsvetenskapliga fältet och gett dem arbetslivserfarenhet, 2 svarade att den delvis utvecklade dem, ingen respondent svarade nej.*
- *8 av 12 (67%) [79%] tycker att handledningen fungerat bra och 3 (35%) [21%] tycker att den delvis fungerat bra, 1 (8%) [0 %] respondent svarade nej.*
- *4 av 12 (36%) [53%] tror att de kan komma att erbjudas någon form av anställning på praktikplatsen. 3 (27%) [13%] svarade kanske, 1 svarade vet ej (9%) [0%] och 3 (27%) [20%] svarade nej.*
- *Slutligen menar 12 av 12 (100%) [100%] att Covid-19 pandemin påverkat praktiken.*

Arbetsplatser och arbetsområden

Studenterna har hösten 2020 bland annat praktiserat på *PR-, reklam- och kommunikationsbyråer, mediehus, musikbolag, Sveriges Radio, Filminstitutet samt branschorganisationer.*

(Våren 2020 praktiserade man vid *myndigheter, departement, kommuner, kommunikations- och PR-byråer, marknadsanalysföretag, medieföretag, IT-företag, museum, NGO:s och ideell förening.*)

Praktiken har till stor del bedrivits på arbetsplatsernas kommunikationsavdelningar med såväl intern som extern kommunikation eller vid arbetsplatsens marknadsavdelning.

Arbetsuppgifter

Praktikanterna har arbetat på övergripande och strategiskt nivå genom att till exempel medverka i att utforma olika kommunikationsstrategier, kampanjer samt sätta upp kommunikationsmål.

Arbetsuppgifter har också inneburit arbete på genomförandenivå samt effektrapportering och utvärdering.

Exempel på arbetsuppgifter hösten 2020: *utforma kommunikationsstrategier, redaktionellt arbete - skapa innehåll i sociala medier och webb; författa nyhetsbrev och pressmeddelanden, utföra medieresearch och analys, genomföra marknadsundersökning samt arbeta med kampanjer. Några har även arbetat med att skapa grafiskt material och copywriting för annonser i sociala medier, kampanjplanering, SEO liksom koordinering av, i huvudsak, digitala events.*

(Exempel på arbetsuppgifter våren 2020: *mediebevakning, researcharbete, marknadsanalys och databearbetning i tabeller/diagram samt digital sökmotoroptimering. Arbetsuppgifter har bedrivits både självständigt under handledning samt i projektgrupper.*)

Praktikens relevans för utbildning, utvecklande inom ämnesfältet och arbetslivserfarenhet

”det var mycket fokus på den externa kommunikationen, tonalitet och se kommunikationen ut flera synvinklar”

”Jag hade önskat lite mer fokus på digital kommunikation i min utbildning, men överlag passade det. Jag kan varmt rekommendera min praktikplats för att få en bred kunskap om kommunikation och digital marknadsföring”

”många uppgifter var relevanta, men också för att jag befann mig på ett ställe som är bra nätverkande för en framtida karriär inom just denna bransch”

”Väldigt värdefullt, inte bara fått en inblick men också fått arbeta 'på riktigt'. Att samla på sig denna typ av erfarenhet innan examen är annars väldigt svårt. Ser detta som min 'bästa' kurs under mina universitetsstudier, vilket kanske också säger något om hur pass yrkesförberedande/meriterande mina studier i övrigt har varit”

”Det var värdefullt att sätta sig in i ett arbete och få utöva det praktiska”

”Jag fick öva på en rad olika saker. Jag hade även en del mindre goda upplevelser med ledning, organisation osv och det tar jag också med mig som arbetslivserfarenhet”

Covid-19 och arbetssituationen

Situationen med Covid-19 har påverkat alla praktikanter då alla mer eller mindre utfört praktiken via distans eller i kombination med att vara på arbetsplatsen. Handledningen har påverkats en del samt möjligheter att nätverka liksom att distansarbetet innebar någon färre nya arbetsuppgifter.

En praktikant svarar *”Jag tycker också att man kan välja att se det som att vi fick se hur företag hanterar svåra situationer under våra praktiker så jag lägger inte stor vikt vid att Corona gjorde praktiken sämre”* medan en annan menar *”Jag har till stor del arbetat på distans vilket utan tvekan har påverkat min praktik både när det kommer till handledningen men också arbetsuppgifter samt möjligheten till att nätverka (eftersom jag knappt träffat så många)”*

Sammanfattning

Studenterna anser i hög utsträckning att praktikplatsen fördjupat deras kunskaper inom ämnesfältet i en arbetslivskontext. Praktiken har varit en introduktion till arbetslivet inom det medie- och kommunikationsvetenskapliga fältet som har bidragit med erfarenheter man inte kunna inhämta

tidigare i sin utbildning. Fyra praktikanter uppger att de tror, att det har möjlighet att få vidare anställning på praktikplatsen och tre anger kanske, visar på att kursens kan öka anställningsbarheten. De mindre bra erfarenheter som gjorts av några kan relateras till val av praktikplats, handledning samt Covid-19 situationen.

Feedback och rekommendationer

Det här var andra terminen kursen gavs och återkoppling för att förbättra kursen kring kursinformation och examination kan behöva utvecklas.

Råd till dig som letar praktikplats

Medie- och kommunikationsvetenskap utbildar inte för *ett* specifik yrke, medievetare kan arbeta på många sorters arbetsplatser och nivåer i samhället. Utbildningen ger goda förutsättningar för att jobba med kvalificerad omvärldsbevakning där medier och medieanvändning står i fokus. Många arbetar till exempel som kommunikatörer inom statlig och offentlig sektor samt privat marknad. Det som är specifikt är den djupa kunskapen om medierad kommunikation.

Välj praktikplats omsorgsfullt, gör research om arbetsplatsen, ställ frågor till presumtiva handledare om hur praktiken och arbetsuppgifter, handledning kommer att se ut. Är arbetsplatsen van vid att handleda praktikanter? Ta stöd i kursens kursplan och kursbeskrivning för kursens innehåll, förväntade studieresultat och undervisning i diskussion med handledaren.

Fråga dig om arbetsplatsen kan erbjuda arbetsuppgifter inom medierad kommunikation och fråga dig själv om du kommer kunna applicera dina erfarenheter genom reflektioner kring praktiken och/eller praktikplatsen ur ett *medievetenskapligt perspektiv, med fokus på tillämpning av dina ämneskunskaper*.

Praktiken blir många gånger vad du gör den till själv!

/Birgitta Fiedler 2021-02-25
Institutionen för mediastudier