



Lärarhandledning Alternativ PRAO

PITCH a COMPANY WEEK

Ett alternativ till prao för att ge eleverna insikt, framsikt och utsikt om sin framtid

BAKGRUND

Utifrån de förutsättningar som funnits under de två läsåren med pandemin och hur det har påverkat möjligheterna för att genomföra undervisning utanför klassrummet har det funnits ett behov av att ta fram hållbara alternativ för hur till exempel prao ska kunna genomföras ändå. Det har resulterat i den här siten "**Alternativ prao**" i ett samarbete i Familjen Helsingborg. Tanken är att det här är ett koncept som även kan användas framöver som ett led i modern arbetslivsorientering i samarbete med arbetsgivare/näringsliv samt som förberedelse för prao.

För vissa elever i behov av extra anpassningar/särskilt stöd kan alternativ prao även fortsättningsvis vara ett sätt att möjliggöra för dessa elever att ta del av arbetslivsorientering utifrån sina förutsättningar.

En viktig uppgift för skolan är att ge överblick och sammanhang. Skolan ska stimulera elevernas kreativitet, nyfikenhet och självförtroende samt vilja till att pröva egna idéer och lösa problem. Eleverna ska få möjlighet att ta initiativ och ansvar samt utveckla sin förmåga att arbeta såväl självständigt som tillsammans med andra. Skolan ska därigenom bidra till att eleverna utvecklar ett förhållningssätt som främjar entreprenörskap.

Eleverna ska också få underlag för att välja fortsatt utbildning. Detta förutsätter att den obligatoriska skolan nära samverkar med de gymnasiala utbildningar som eleverna fortsätter till. Det förutsätter också en samverkan med arbetslivet och näringslivet i övrigt.

En del i detta arbete är PRAO. Prao är en viktig del av skolans undervisning om arbetslivet. Förutom att ge en första erfarenhet av arbetslivet kan prao göra det lättare för elever att börja fundera på vilket gymnasieprogram och vilket yrke de vill välja framöver. För elever som har ett drömyrke i sikte skulle prao kunna vara ett tillfälle att få testa "på riktigt".

För att alla elever i grundskolan och motsvarande skolformer ska få likvärdiga möjligheter att göra val för framtiden behöver de få konkreta erfarenheter och kunskaper om arbetslivet. Praon spelar en viktig roll för att ge eleverna dessa kunskaper och erfarenheter.

"Pitch a company week" går ut på att eleverna gruppvis väljer vilken arbetsgivare de vill veta mer om, alternativt som de en dag vill jobba på. De intervjuar en person på företaget och redovisar sedan en säljande pitch tillbaka till företaget samt för sina klasskamrater och eventuellt för andra på skolan.

SYFTE

Syftet är att eleven ska få mer kunskap om hur det går till på en arbetsplats. Vilka utbildningsvägar som har lett till arbetet samt skapa en förståelse för hur eleven själv kan ta ansvar för sina framtida studie- och yrkesval.

Skolans mål är att varje elev

- kan granska olika valmöjligheter och ta ställning till frågor som rör den egna framtiden
- har inblick i närsamhället och dess arbets-, förenings och kulturliv
- har kännedom om möjligheter till fortsatt utbildning i Sverige och i andra länder

UPPLÄGG AV ARBETE & STRUKTUR

Ni utgår från de förutsättningar som ni har på skolan när ni planerar för ert upplägg. Sätt tillsammans på skolan upp tydliga pedagogiska mål för prao. Planera undervisningen utifrån upplägget av "Pitch a company week". Hur kan skolan integrera arbetet med praktisk arbetslivsorientering i undervisningen i alla ämnen. Se till att prao-perioden är med i skolans årsplanering, så alla har möjlighet att planera en undervisning som är kopplad till prao-perioden. Viktigt att det avsätts tid till både förberedelser och efterarbete.

Arbetet är upplagt för att förläggas över fem av de totalt tio dagar för prao under årskurs 8 och 9.

Det går även att förlägga dessa fem dagar över en längre tidsperiod, till exempel en dag/vecka alternativt om det passar bättre i sammanhanget lägga dem under en sammanhållen vecka.

Eleverna delas in i grupper efter intresse och ska under veckans gång gruppvis med hjälp av olika aktiviteter samla på sig så mycket information som möjligt för att kunna presentera det valda yrket i slutet på veckan. Förbered för hur ni tänker kring gruppindelning i de olika klasserna som ska delta. (utgå ev utifrån ett kooperativt lärande).

Planera för hur eleverna ska tilldelas företagen, samt hur arbetsfördelningen ska se ut mellan till exempel lärare samt studie- och yrkesvägledare.

Ska eleverna få önska yrke eller ska varje grupp tilldelas ett yrke? Vem kontaktar företagen för deltagande? Samla era företagskontakter på ett smart ställe. Vem samordnar insatserna?

Fördelning av ansvar ska ske inom arbetslagen så att alla ämnen, teoretiska såväl som praktiska, representeras. Exempel på kopplingar: bildämnet till

reklam/bildanalys, idrott och hälsa till ergonomi och fysisk påverkan av arbetsplatsen, hemkunskap till ekonomi, slöjd i samband med framställan av prototyper som stöd för elevernas pitch med mera.

Redovisningen kan ske på flera olika sätt. Ett förslag är att eleverna pitchar för andra elever i exempelvis en yngre årskurs. Vidare kan de eleverna i sin tur agera "jury" för att utse det bidrag som anses vara bäst, det vill säga mest säljande för det företag som pitchas.

PITCH

Ett sätt att redovisa är att pitcha yrket för sina klasskamrater.

En pitch är en kort summering som väcker intresse om varför man ska välja just det yrket. Nedan beskrivs det som man tar hänsyn till i ett upplägg kring pitch.

- skapa nyfikenhet
- tänk på dina 3 V:
 - Vem
 - vad
 - varför
- Stick ut
- var autentisk
- använd storytelling

Varje grupp redovisar kort om yrket. De elever som är åhörare ställer nyfikenhet och aktivt frågor. Åhörarna lyfter det gruppen gjorde bra, det man fick för mycket av och det som de tar med sig av pitchen.

Tillsammans kan klassen därefter välja att rösta fram den bästa pitchen och då kan man ta hänsyn till följande parametrar:

- vad var mest innovativt
- vad är mest genomförbart förslag
- vad är mest värdeskapande (kan ev tas bort då det är en stor punkt)
- vad är mest utmanande jämfört med vad man gör på företaget idag?

Längden på en pitch bör vara max 4 minuter.

Dag 1

Lektion 1 Introduktion (Tidsåtgång: 1 lektion)

1. Börja dagen med att gå igenom planering, upplägg, struktur, tidsram och material som kommer att användas samt presentera [Alternativ Prao sidan](#)
2. Dela in klassen i arbetsgrupper. Tilldela grupperna sina arbetsgivare och tid för intervju, alternativt låt eleverna få önska företag.

3. Låt grupperna bekanta sig med, och påbörja sin research om, företaget genom att ta reda på hur företaget presenterar sig på t.ex. hemsida och/eller andra plattformar.

Lektion 2 Vad är en Pitch? (Tidsåtgång: 2-3 lektioner)

1. Introduktion till vad är en pitch. Informera eleverna om följande:

En pitch är en kort presentation av en produkt, person eller organisation med där målet är att få den som lyssnar/mottagaren se din idéns fördelar - sälja in tanken.

Det kan vara en säljare vill väcka intresse och få sin kund entusiastisk över en produkt eller en entreprenör som använder en pitch för att visa upp ("pitcha") sin erfarenhet och idé inför till exempel någon som kan vara intresserad av att investera pengar i idén/produkten/utvecklingen.

En muntlig pitch är kort; bara 10-30 sekunder upp till 60 sekunder beroende på vem som ska ta emot pitchen.

Vid en längre pitch kan man använda till exempel en powerpoint (eller någon annan typ av presentationsprogram som Prezi m.fl) presentation som stöd i bakgrunden.

Ibland kan man även kalla det här sättet att presentera en idé för en "elevator- eller hisspitch" vilket är ett uttryck som kommer från USA från 1920-talet. Ofta fanns då finansavdelningen på de stora företagen i New York, Chicago och Los Angeles högst upp i skyskraporna. Den person som hade en idé att "sälja in" till något företag kunde vänta in någon av cheferna på företaget som skulle ta hissen upp. Då kunde man under den tid man hade på sig i hissen på vägen upp få möjligheten att presentera sin idé och på så vis få den andra personen intresserad av att höra mer om det hela och få chansen till att boka in ett längre möte där man kunde få presentera hela sin tanke/idé.

Man kan säga att en "elevator pitch" är en kort dragning på ca 30 sekunder som presenterar idén i bara några få meningar och som fungerar som ett bete så att den som lyssnar vill få veta mer.

2. Titta på [filmerna kring hur en pitch](#) är upplagd.

När man ska bygga/göra en bra pitch till andra människor ska presentationen vara konkret, väl strukturerad och gärna visuellt tydlig (ha stöd av bilder).

Man kan säga att en bra pitch är en historia som startar med en utmanande tanke - något nytt och intressant och som har ett tydligt avslut som gör att den som lyssnar vill göra något. Tanken är alltid att en pitch vänder sig till en person - inte till "ett företag" utan till människan bakom. Genom pitchen så berättas hur ett problem/ett behov kan lösas/göras bättre genom idén som presenteras.

Stöd för elevernas arbete:

Vid alla pitchar är det viktigt att det finns närvaro, tempo samt positiv energi som smittar av sig på dem som lyssnar. Fundera alltid på vem det är som pitchen ska rikta sig till, vad det är som personen skall ta till sig och varför /i vilket syfte.

Därför är det viktigt att träna på att framföra pitchen flera gånger och att utgå från några stödord och prata istället mer fritt utifrån dessa.

Många av pitcharna kommer förmodligen inte göras av en ensam person utan det är hela eller delar av er grupp som kommer att presentera pitchen tillsammans. Då är det viktigt att gruppen förberett sin pitch så att alla kommer in med sin del i rätt ordning.

Börja med att skriva ner er tanke om vad är det ni vill få fram?

När ni har er idé klar; dela in er tanke i tre delar:



Lektion 3 Förberedelse inför intervju (Tidsåtgång 1-2 lektion)

1. Grupperna förbereder sig inför intervju av "sin" arbetsgivare.

- Läs på om företaget så att ni vet vad företaget gör innan intervjun.
- Gå igenom intervjufrågorna
- Fundera på hur ni kan och vill pitcha företaget med den information ni kunnat läsa er till och fundera på om ni behöver komplettera med fler intervjufrågor

2. Intervjuplan

- Vem/vilka som ska hålla i intervjun?
- Ska ni spela in intervjun? Glöm inte att fråga om lov innan
- Vem/vilka skriver anteckningar?

Dag 2

Lektion 1 Reflektion (Tidsåtgång ca en halv lektion)

1. Grupperna får möjlighet att gå igenom vad de tar med sig från föregående dag:
 - Vad har de för frågor och vad är deras nästa steg i planeringen?
 - Vilka uppdrag ska genomföras och vem har ansvar för de olika delmomenten?

Lektion 2 Förberedelser inför intervju (Tidsåtgång: 1 lektion)

1. Gruppen förbereder sig inför företagsintervjun:
 - Vilka frågor ska de ställa, när ska intervjun ske och på vilket sätt?
 - Fördela ansvaret inom gruppen för vem/vilka det är som ska ställa frågorna, vem tar anteckningar/står för tekniken vid ev inspelning mm.
2. Stäm av med företaget i förväg, helst i samband med att man bokar in tiden för intervjun, om det är ok att spela in samtalet och/eller om intervjun kan ske digitalt genom t.ex. GoogleMeet eller Teams.

Lektion 3 Intervju (Tidsåtgång: 1 lektion)

1. Intervju med utvalt företag. [Se tips på intervjufrågor här.](#)

Lektion 4 Reflektion (Tidsåtgång ca en halv lektion)

1. Gruppen reflekterar tillsammans över resultatet av sin intervju
 - Hur gick intervjun?
 - Vad gick bra? Vad gick mindre bra?
 - Var det något/några svar som var överraskande?
 - Fick de reda på något som de inte räknat med?
 - Om de fick göra om intervjun en gång till, fanns det något de skulle gjort annorlunda och i så fall på vilket sätt?

Dag 3

Lektion 1 Reflektion och pitch-planering (Tidsåtgång 2-4 lektioner)

1. Gruppen reflekterar tillsammans över hur gårdagen gick och ser över hur dagens planering ser ut. Vem gör vad? Finns det frågor som det saknas svar på eller frågor de vill komplettera med till företaget?
2. Det är nu dags att förbereda för hur gruppen ska presentera sin pitch och vad de ska lyfta fram för företaget. Vilken form ska gruppens pitch ha; digital poster, en slogan eller ska det spelas in en kort film? Det finns flera olika möjliga verktyg som kan användas till redovisningar av detta och några hittar ni på [sidan "verktyg" på sajten](#)
3. Möjlighet för självständigt arbete alternativt arbete i grupp med pitch-planeringen

Om tid finns över kan eleverna jobba med extra uppgifter, se förslag längre fram i lärarhandledningen.

Dag 4

Lektion 1 Reflektion (Tidsåtgång ca en halv lektion)

1. Grupperna får möjlighet att gå igenom vad de tar med sig från föregående dag: Gruppen reflekterar tillsammans över hur gårdagen gick och ser över hur dagens planering ser ut. Vem gör vad?

Lektion 2 Inspelning av pitch (Tidsåtgång: 1-4 lektioner)

Dagens fokus är att arbeta med att framställa sin pitch, digitalt och/eller analogt samt att arbeta med någon av extrauppgifter om utrymme finns.

Dag 5

Lektion 1 Reflektion (Tidsåtgång ca en halv lektion)

1. Gruppen reflekterar tillsammans över hur gårdagen gick och ser över hur dagens planering ser ut. Vem gör vad?

Lektion 2 Indelning av hejarklacksgupper och regler (Tidsåtgång: 1 lektion)

1. Gå igenom vilka grupper som är hejarklacksgrupp till varandra, dvs vilken grupp ska man vara extra uppmärksam på och ge feedback till utifrån punkterna:
 - Det här var riktigt bra...!
 - Kanske kan man minska på det här...
 - Det här tar vi med oss...
2. **Pitch-regler och poängsättning**
 - 2 minuters pitch + 3 minuters feedback
 - Tips att ta med för dem som lyssnar och utgå från när de röstar fram "den vinnande pitchen". Här kan man ge poäng 1-5 för varje punkt och den grupp som har högst sammanvägda poäng vinner. Förslag på röstkort finns här
 - vad var mest innovativt
 - vad är mest genomförbart förslag
 - vad är mest värdeskapande (ev ta bort då detta är en stor punkt)
 - vad är mest utmanande jämfört med vad man gör på företaget idag?
3. **Uppvisning av pitch**
 - Varje grupp visar sin pitch
 - Grupperna poängsätter och hejarklacken ger feedback
 - Vinnande lag utses!
4. **Avslut och utvärdering**
 - Utvärdering för både lärare och elever samt återkoppling av pitcherna till företagen

Finns det möjlighet kan även företagen bjudas in att delta i samband med att eleverna redovisar sina pitcher och därefter få tillgång till pitchmaterialet från gruppen.

Fördjupningsuppgifter

Om tid finns över finns här förslag på uppgifter som eleverna kan arbeta med:

Välj ett yrke (Tidsåtgång 1-2 lektioner)

1. Välj ett yrke som du är intresserad av som finns hos arbetsgivaren du har intervjuat.
2. Ta reda på följande:
 - a. Vilka arbetsuppgifter har yrket?
 - b. Varför tror du yrket behövs på företaget?
 - c. Vad är medellönen för yrket?
 - d. Vilka vägar finns det till yrket? T ex gymnasium, universitet, yrkeshögskola, folkhögskola etc.
 - e. Vad krävs för att komma in på aktuella gymnasieprogram för att få yrket?
 - f. Hur ser möjligheterna ut att få jobb inom det yrket de närmsta fem åren?
 - g. Vilka fördelar och nackdelar anser du finns inom yrket?

Ta reda på utbildningsvägar (Tidsåtgång 1-2 lektioner)

1. Välj ut fem yrken som finns på företaget som du intervjuat
2. Ta reda på hur utbildningsvägen ser ut för att kunna jobba som de valda yrkena.

Uppgifter utöver intervju:

* Utifrån det gruppen fått reda på om företaget:

Vilken kompetens/personal behöver företaget rekrytera?

Börja planera för hur en platsannons skulle kunna se ut (9 st tips finns på arbetsförmedlingens hemsida) för företagets räkning;

Vad behöver man ha med i en annons för att den ska fånga den arbetssökandes intresse?

Vilka egenskaper är viktiga för företaget?

Skriv därefter en annons anpassad efter företagets behov.

* Om du skulle söka jobb på arbetsplatsen – hur skulle din ansökan se ut? Formulera dig efter vad du kan se för behov på arbetsplatsen.

* Fortsätt djupdyk i företaget, vilka utbildningar har tagit personalen dit de är idag? Vilka utbildningar finns för framtida kompetensförsörjning?

För inspiration finns framtidskartor att ladda ner på www.eduna.se (lärare skapar konto och laddar ner framtidskartor gratis)

Bilagor:

Veckoplanering

Intervjuguide

Utvärderingsmaterial

Veckoplanering

Bilaga 1

(Upplägg kan planeras sammanhängande alternativt läggas ut över flera veckor)

Dag 1	Dag 2	Dag 3	Dag 4	Dag 5
Uppstart/ introduktion Tilldelning av arbetsgivare	Intervju ex. digitalt via Google Meet, Teams eller annat system	Bestämma hur pitchen ska presenteras	Inspelning av pitch	Avslut - pitch
Vad är en pitch del 1	Reflektion kring intervju	Självständigt arbete/planering inför pitch		Utse de vinnande pitcherna – andra klasser/årskurser röstar
Förberedelse inför intervju	Sammanställning av intervju			Utvärdering – Elever och lärare
Pitch del 2 - förberedelse för egen pitch	Egenskapsövning			
Läsa på om företag	Uppgift: skriva annons – eget arbete	Uppgift: skriva annons – eget arbete	Uppgift: skriva annons – eget arbete	

Intervjuguide

Bilaga 2

Här är tips på frågor som dina elever kan ställa till företaget för att göra en bra pitch

Historia om företaget:

- När grundades företaget? Av vem och varför?
- Hur har företaget utvecklats sedan dess? T.ex. ekonomiskt, företagsmässigt, geografisk placering?
- Vilka yrken fanns i grunden till företaget, är det några yrken som har funnits tidigare inom företaget som nu har försvunnit? Vad beror det på?

Bakgrund:

- Hur många är anställda på företaget?
- Är företaget globalt eller lokalt?
- Vilka för- och/eller nackdelar finns med att vara ett globalt/lokalt företag?

Företaget:

- Vad är det företaget levererar? Är det t ex tjänster eller produkter?
- Vem/vilka är deras största konsumenter av produkten/tjänsten?
- Vilka språk talas på företaget? Vilka språk ses som extra positivt att kunna inom just det här företaget/branschen?
- I skapandet av produkten/tjänsten, krävs det samarbete med andra aktörer? I så fall vilka?
- Vilka nya yrken tror företaget kommer att behövas i framtiden?
- Har företagen ett motto? I så fall vad och hur blev det mottot för företaget?
Om företaget inte har något motto, fundera kring vad skulle det i så fall kan vara och ta med i pitch
- Finns det bilder/filmer/loggor/produkter som ni kan få använda till er pitch?

Fackets roll på företaget:

- Kolla upp vilket fack som framförallt representerar de anställda på företaget
- Vad har facket för roll på företaget?
- Måste man vara med i facket?
- Vad händer om man inte är med? Fördelar/nackdelar?

Hållbarhet:

- Hur arbetar företaget med att skapa en hållbar framtid?

Jämställdhet:

- Hur ser jämställdheten ut på företaget? Är ett visst kön överrepresenterade? Vad beror det i så fall på?
- Hur jobbar företaget för att främja jämställdhet?

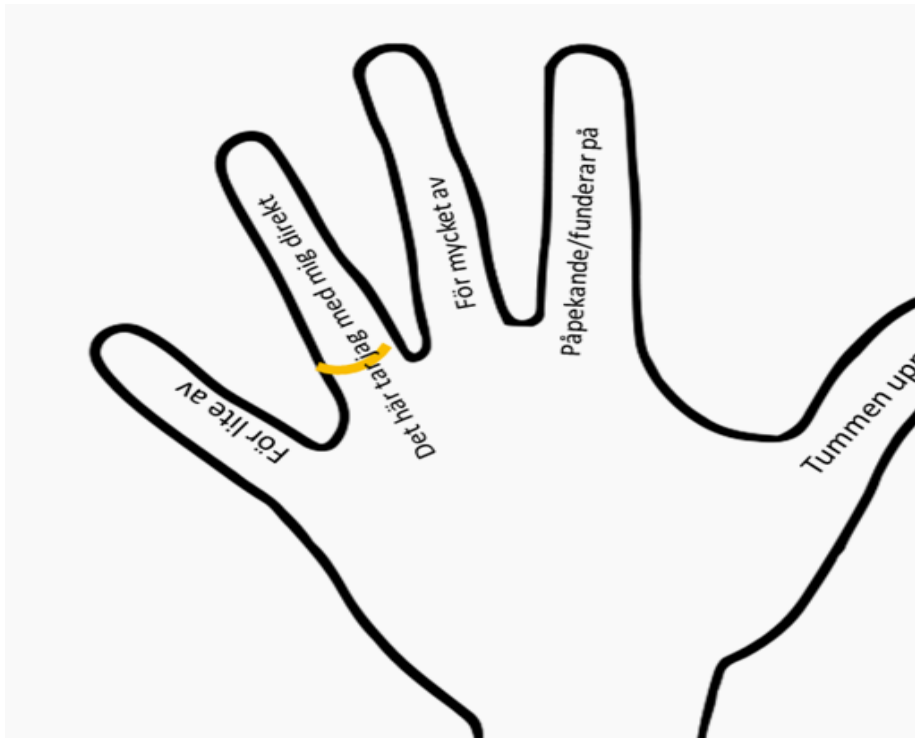
Framtid:

- Var tror företaget att branschen är på väg? T.ex. kanske man väljer att investera i vissa delar för att det ger bättre avkastning (vision).

Utvärdering

Bilaga 3

En enkel utvärdering att göra är att utgå från handens olika fingrar



Tummen, med den ger vi ofta ett klartecken eller en "tumme upp", något vi uppskattat, så även här i vår utvärdering. Vad i upplägget ger ni tummen upp på?

Pekfingret kan ha flera funktioner, en är "fostrarfingret" – ett påpekande eller något att fundera på. Vad i upplägget funderar ni kring att göra annorlunda?

Mittfingret är en symbol som kan uppfattas som negativt laddad, här funderar vi kring det vi ev fått för mycket av eller sådant vi redan känner till. Vad i upplägget vill ni inte alls ha med?

Ringfingret "put a ring on it" känslan, dvs det vi vill ha kvar och kan ta med oss direkt. Vad i upplägget vill ni behålla - vad var extra bra?

Lillfingret får här symbolisera det vi fått för lite av eller det som vi önskar oss mer av, underlag för hur vi ska göra i nästa steg. Vad i upplägget fick ni för lite av men vill ha mer av?