

PRAXIS & BERUF

PERSPEKTIVEN BIETEN – ZUKUNFT ZEIGEN

Berufswege-Veranstaltungen organisieren



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

WARUM BERUFSORIENTIERUNG?

Studieren und dann?

Viele Studiengänge vermitteln wissenschaftliche Inhalte und allgemeine Soft Skills. Sie bereiten nicht immer auf ein spezifisches Berufsbild vor. Die Mehrheit der Studierenden wird später außerhalb der Wissenschaft arbeiten. Sie haben zugleich nur vage Ideen, welche außeruniversitären beruflichen Möglichkeiten nach dem Studium in Frage kommen.

Deshalb ist es wichtig, den Studierenden Einblicke in verschiedene Berufsfelder zu ermöglichen. So bekommen sie konkrete Vorstellungen von potenziellen Tätigkeitsbereichen und eine realistische Einschätzung ihrer Fähigkeiten. Dadurch können sie ihre Kurswahl, ihre Schlüsselqualifikationen und Praktika gezielter auf ein bestimmtes Berufsfeld ausrichten.

Das Team Praxis & Beruf hat im Rahmen der ESIT-Förderung zahlreiche Veranstaltungen in verschiedenen Formaten zur Berufsorientierung organisiert. Wir möchten mit dieser Handreichung unsere Erfahrungen teilen und Ihnen Anregung und Unterstützung für die Organisation eigener Veranstaltungen bieten. Fachschaften oder Studierende sind häufig daran interessiert, sich an der Organisation zu beteiligen und Alumni sind erfahrungsgemäß gerne bereit, an ihre ehemalige Universität zurückzukommen, um von ihrem Arbeitsbereich zu berichten. Auch Unternehmen und Organisationen nutzen gerne die Chance, mit Studierenden in Kontakt zu kommen und diese über Berufsfelder zu informieren.

Diese Broschüre gibt Ihnen einen kompakten Überblick, wie man mit wenig Aufwand berufsorientierende Veranstaltungen für Studierende planen und umsetzen kann.

Darüber hinaus haben wir einen **Downloadbereich** auf der zentralen Webseite zur Berufsorientierung aufgebaut, in dem Sie zahlreiche Listen, Formulare, Arbeitsunterlagen und Tipps finden:

<https://uni-tuebingen.de/de/165409>

Wir möchten Sie als Lehrende ermutigen, Ihren Studierenden durch Berufswege-Veranstaltungen neue Perspektiven zu eröffnen.

Ihr Team Praxis & Beruf

Kontakt und weitere Informationen finden Sie hier:

<https://uni-tuebingen.de/studium/berufsorientierung/>

VERANSTALTUNGSFORMATE

Berufspodium oder Vortrag

Ein **Berufspodium** ermöglicht den Studierenden einen Einblick in verschiedene Berufsfelder eines Faches. Alternativ können auch mehrere Referierende zu einem größeren Berufsfeld, wie zum Beispiel das der Entwicklungszusammenarbeit, eingeladen werden. Eine Moderatorin oder ein Moderator sollte auf ausgeglichene Redezeiten und ausreichend Zeit für Fragen achten. Ebenso ist ein einzelner **Vortrag** denkbar, bei dem intensiver auf eine Tätigkeit eingegangen werden kann.

Mit Berufspodien und Vorträgen kann eine größere Zielgruppe erreicht werden, ohne dass ein gesondertes Anmelde-Management erforderlich wäre. Als mögliche Referentinnen und Referenten bieten sich Alumni des Faches an, die beispielsweise über die Fachschaften rekrutiert werden können. Dadurch erfolgt indirekt eine gewisse Pflege der Alumni-Kontakte und eine längere Bindung an das Fach.

Tipps

- Handynummer der Referierenden anfragen (wegen Verspätungen o.Ä.)
- Wasser für Referierende bereitstellen
- Technische Raumausstattung überprüfen
- Ausreichend Zeit für Fragen einplanen
- Stellwände mit passenden Stellenanzeigen



Charakteristika des Formats

- Einblick in verschiedene Berufsfelder oder Vorstellung eines Bereichs
- Größerer Teilnehmendenkreis (als bei anderen Veranstaltungsformaten)
- Möglichkeit sich zu vernetzen und Kontakte in der Berufswelt zu knüpfen
- Gegebenenfalls Kontaktpflege zu Alumni

Ein Beispiel:

Karriereoption Wissenschaftsmanagement



© Universität Tübingen

Beim Berufspodium *Karriereoption Wissenschaftsmanagement* bekamen die Studierenden und Promovierenden Einblick in die Lebensläufe und die beruflichen Tätigkeiten der Referierenden. Anschließend konnten individuelle Fragen an die Gäste gerichtet werden.

Hier geht es zum Veranstaltungsbericht:

<https://uni-tuebingen.de/de/71639>

Workshops

Workshops zur Berufsorientierung machen verschiedene konkrete Tätigkeiten eines Berufsfeldes erfahrbar. Die Referierenden stellen kleinere Arbeitsaufträge aus ihrem Aufgabenbereich zur Verfügung, sodass die Teilnehmenden lernen, was sie in bestimmten Berufen erwartet. Zugleich wird ihnen durch das Feedback zu ihren Arbeitsergebnissen bewusst, welche Fähigkeiten sie bereits durch ihr Studium erworben haben. Dadurch gewinnen sie an Klarheit und Zuversicht, inwieweit sie typische Anforderungen von Stellenanzeigen erfüllen. Die Referierenden sollten zudem ihren Tätigkeitsbereich vorstellen und Fragen dazu beantworten.

Beispiel 1: Intensiv-Workshop *Public Relations* (2 Tage)

Im mehrtägigen Workshop bekommen die Studierenden die typischen Aufgaben der PR-Beratung vermittelt. Sie verfassen eine Pressemitteilung, bereiten ein kurzes Interview vor oder gestalten eine Imagekampagne für eine Organisation.

Beispiel 2: Kurz-Workshop *Geisteswissenschaften als Chance* (3 Stunden)

Zwei bis vier Referierende aus unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen bringen Aufgaben aus ihrem Arbeitsalltag mit, die die Studierenden nacheinander an verschiedenen Tischen bearbeiten. Beispielsweise verfassen die Teilnehmenden kurze Reden für Abgeordnete, erstellen einen Organisationsplan für eine Veranstaltung, planen eine Werbekampagne oder eine Ausstellung. Der Tischwechsel findet strukturiert statt, sodass die Gruppen jeweils neu zusammengestellt werden.

Beispiel 3: Assessment Center Training



© Universität Tübingen

Charakteristika des Formats

- Teilnehmende bekommen eine oder mehrere Arbeitsaufgaben und bearbeiten diese in Gruppen (siehe Beispiel im Downloadbereich)
- Erwerb von Praxiswissen
- Feedback zu den eigenen Fähigkeiten
- Kleine Gruppe fördert intensiven Kontakt für persönliches Netzwerk
- Interaktives Format

Das Assessment Center Training durch Personalerinnen eines Unternehmens brachte den Studierenden Methoden und Hintergründe des Verfahrens nahe.

Hier geht es zum Veranstaltungsbericht:
<https://uni-tuebingen.de/de/71639>

Exkursion

Bei einer Berufswege-Exkursion besucht eine Gruppe von Studierenden potenzielle Arbeitgeber wie Unternehmen oder Stiftungen. In einer größeren Organisation können auch verschiedene Tätigkeitsfelder vorgestellt werden.

Für die Auswahl des Exkursionsziels sind Erreichbarkeit, Fahrtkosten und Gruppengröße relevant. Im Vorgespräch sollte geklärt werden, dass der Arbeitgeber Studierende aus dem entsprechenden Fach einstellt und der Fokus der Veranstaltung auf Berufsfindung und dem Bewerbungsprozess liegt.

Tipps

- Kleine Geschenke für Gastgeber (bspw. aus dem Unishop)
- Evtl. Trinkgeld für Buspersonal (ggf. im Bus einsammeln)
- Studierende: Wasser und Snacks für Busfahrt, der besuchten Institution angemessene Kleidung und entsprechendes Auftreten (kein Kaugummi-Kauen, Smartphone etc.)



Charakteristika des Formats

- Unmittelbare Erfahrung bei Arbeitgebern, direkter Einblick in die Arbeitswelt
- Längere Veranstaltung ermöglicht intensiveren Kontakt und auch Austausch untereinander
- Organisatorische Schritte: Planung An- und Abreise, Klärung der Fahrtkosten, Dienstreiseantrag für Begleitpersonen, Teilnehmendenliste an Reisekostenstelle, Reisekostenabrechnung (siehe Downloadbereich)

Ein Beispiel:

Exkursion zum Daimler Werk Sindelfingen



© Universität Tübingen

Die Organisation eines global agierenden Großkonzerns wie Daimler ist für viele eine Black Box, in der eine Vielzahl operativer und administrativer Prozesse ablaufen, die schließlich ein Fahrzeug als Output in haptischer Form auf die Straße bringen. Die Exkursion in das Werk Sindelfingen machte abstrakte Prozesse greifbar und gab Einblick bis ins Detail.

Hier geht es zum Veranstaltungsbericht:

<https://uni-tuebingen.de/de/71639>

Seminar, Übung oder Kolloquium

Eine Veranstaltungsreihe über ein ganzes Semester verbindet gewinnbringend Lehre und Berufsorientierung. Zu den einzelnen Sitzungen werden externe Referierende eingeladen. Die Studierenden bereiten die jeweiligen Sitzungen vor, moderieren und überlegen sich passende Fragen. Mit etwas Vorlauf können die Studierenden auch die Einladung der Referentinnen und Referenten selbst übernehmen. Zudem ist im Rahmen der Veranstaltungsreihe eine Kurzexkursion in die nähere Umgebung denkbar. Abschließend schreiben die Studierenden eine Vorstellung des Berufsbilds als Blogbeitrag, Interview oder Essay.

Ein Beispiel: Berufsfeldkolloquium der Empirischen Kulturwissenschaft



ERBERHARD KARLS
UNIVERSITÄT
TÜBINGEN

Praxisfelder der Empirischen Kulturwissenschaft


Berufsfeld:
Management


Zielgruppe: Studierende der Geistes- und Sozialwissenschaften

Valerie Wacker, M.A.
Expertin für Chance Management, Innovation und Digitale Transformation im
Finanz und IT-Ressort der Porsche AG, Stuttgart

Mittwoch, 27. November 2019 | 18 – 20 Uhr
Ausstellungsraum des Ludwig-Uhland-Instituts für Empirische Kulturwissenschaft

Eine Veranstaltung des Ludwig-Uhland-Instituts für Empirische Kulturwissenschaft (Leitung: Dr. Karin Bürkert) in Kooperation mit WiSo-Berufswege
Praxis und Beruf: <https://uni-tuebingen.de/studium/berufsorientierung/berufswege/>
www.uni-tuebingen.de/praxis-beruf



- 
- Charakteristika des Formats**
- Einblick in verschiedene Berufsfelder
 - Intensivere Auseinandersetzung mit dem Thema Berufsorientierung über einen längeren Zeitraum
 - Organisation durch feste Teilnehmendengruppe, evtl. Öffnung der Vorträge für breiteres Publikum
 - Vergabe von ECTS-Punkten möglich

Im Kolloquium *Kultur als Beruf* bringen die Referentinnen und Referenten den Studierenden verschiedene Praxisfelder der Empirischen Kulturwissenschaft näher, wie *Museum und Ausstellung, Management und Stadtentwicklung*. Durch aktive Teilnahme sowie die Moderation einer Sitzung oder das Verfassen eines Berichtes können die Studierenden ECTS-Punkte erwerben.

© Universität Tübingen

Hier geht es zum Veranstaltungsbericht:
<https://uni-tuebingen.de/de/71639>

ORGANISATIONSHILFEN UND NÜTZLICHE HINWEISE

Wie finde ich passende Referierende für mein Format?

Alumni des eigenen Fachs

Alumni des eigenen Fachs haben häufig großes Interesse daran, ihre Erfahrungen an aktuelle Studierende weiterzugeben. Zugleich bietet sich so die Gelegenheit, im Austausch mit der Alma Mater zu bleiben. Einige Fachbereiche haben eigene **Alumni-Vereine**:

<https://uni-tuebingen.de/zielgruppen/alumni/alumni-clubs/alumni-in-den-fakultaeten/>

Alumni-Netzwerke auf Fakultätsebene

Absolventinnen und Absolventen mancher Fakultäten, wie der Philosophischen und der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät, erhalten mit dem Abschlusszeugnis einen Flyer mit der Bitte, die Kontaktdaten für zukünftige Berufswege-Veranstaltungen als Alumni zur Verfügung zu stellen. Die Daten sind über das Dekanat zugänglich (Philosophische Fakultät) beziehungsweise in den einzelnen Fächern gespeichert (Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät). Falls Ihr Fach/-bereich keinen eigenen Alumniverein hat, fragen Sie im Kollegium, bei der Fachschaft, studentischen Mitarbeitenden oder praxiserfahrenen Studierenden nach.



Einverständniserklärung	
Ich möchte in das Berufswege-Netzwerk der Philosophischen Fakultät aufgenommen werden, um Kontakt mit der Fakultät zu halten. Dazu werden meine Kontaktdaten bis auf Widerruf meinerseits gespeichert. Zur Änderung, Einsicht bzw. Löschung Ihrer Daten wenden Sie sich bitte schriftlich an praxis@philosophie.uni-tuebingen.de .	
Ich erkläre mich mit der Datenschutzerklärung, https://uni-tuebingen.de/meta/datenschutz/kloerung/ , einverstanden.	
Name:
Studiengang:	Berufsfeld:
E-Mail-Adresse:	Unterschrift:

© Universität Tübingen

Referierendenpool Praxis & Beruf

Das Team Praxis & Beruf verfügt über einen Pool an Expertinnen und Experten, die bereits frühere Veranstaltungen mitgestaltet haben. Bitte fragen Sie bei Bedarf auch Praktikumsberatende, ob für Ihren Bereich passende Referentinnen und Referenten verzeichnet sind.

Erweiterte Arbeitgeberakquise

Schreiben Sie Arbeitgeber aus der Region an, die in der gesuchten Branche beziehungsweise dem gesuchten Berufsfeld aktiv sind. Häufig sind diese daran interessiert, gezielt Studierende als potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen. Hinweise bieten hier Stellenanzeigen der Unternehmen, die in den Anforderungen kenntlich machen, welche Zielgruppen sie einstellen. Auch Unternehmen, bei denen Studierende bereits Praktika absolviert haben, bieten sich an. Beispieltex te für entsprechende Anschreiben finden Sie im Downloadbereich.

Welcher Zeitpunkt passt und wie finde ich Räume?

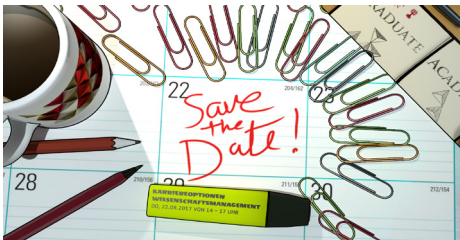
Freie Zeitfenster im Lehrveranstaltungsbetrieb und freie Räume lassen sich in den meisten Fächern gegen Abend oder an den Randtagen der Vorlesungswoche finden. Für Exkursionen eignen sich ebenfalls Tage, an denen wenige Lehrveranstaltungen stattfinden, typischerweise Freitag. Räume können im eigenen Fachbereich sowie in anderen Instituten/Fakultäten, oder aber zentral angefragt werden. Repräsentative Räume (wie zum Beispiel der Pflegehofsaal oder die Alte Aula) bedürfen der Genehmigung durch das Rektorat.

Geeignete Räume können über Alma (Organisation/Räume und Gebäude/Detaillierte Raumsuche durchführen) gesucht werden.

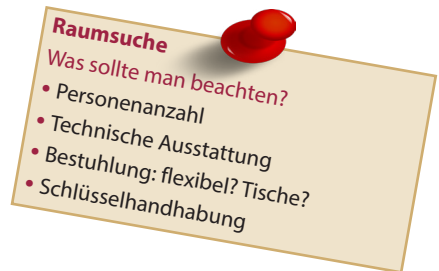
Die Ansprechpersonen der zentral verwalteten und repräsentativen Räumen finden Sie hier:

<https://uni-tuebingen.de/de/124350>.

Weitere Infos zu verfügbaren Räumen erhalten Sie im Downloadbereich.



© Universität Tübingen



Wie erreiche ich meine Zielgruppe?

Studierende haben eine enorme Informationsflut zu bewältigen. Für Einzelveranstaltungen Aufmerksamkeit zu erzielen, gelingt am besten durch persönliche Ansprache in Lehrveranstaltungen. Darüber hinaus führt erfahrungsgemäß ein „Marketingmix“, das heißt eine Mischung aus digitaler und klassischer Printwerbung, zum Erfolg.

Wenn Berufswege-Veranstaltungen regelmäßig veranstaltet werden, wird das Format auch durch die Wiederholung bekannt.

Grundsätzlich ist eine frühzeitige Werbung hilfreich. Insbesondere wenn die Veranstaltung zu Beginn des Semesters stattfindet, sollten Sie sie bereits am Ende des vorangehenden Semesters bewerben.

Nutzen Sie Ihre **Kontakte** zu Lehrenden, Praktika- und Studienberatenden sowie den Fachschaften, um die Studierenden persönlich (zum Beispiel in Lehrveranstaltungen) einzuladen.

Auch (fach-)spezifische **Mailinglisten** sind geeignete Kanäle, um Werbung zu machen. Einen Überblick über alle auf dem Server der Uni Tübingen geführten öffentlichen Mailinglisten und die jeweiligen Verantwortlichen finden Sie unter <https://listserv.uni-tuebingen.de/mailman/listinfo/>.

Eine E-Mail über den zentralen Uni-Verteiler mit der Möglichkeit der Zielgruppenauswahl ist ebenfalls eine Option. Weitere Infos dazu erhalten Sie unter <https://uni-tuebingen.de/de/2670>.

Daneben stehen Ihnen die **Veranstaltungskalender** auf den Webseiten einzelner Fächer, der Fakultäten, der Universität sowie von Praxis & Beruf/Career Service zur Verfügung:

- Einzelne Fächer: *Aktuelles* auf der jeweiligen Webseite, meist über die Sekretariate
- Fakultäten und Universität: <https://uni-tuebingen.de/de/53355>
- Praxis & Beruf/Career Service: <https://uni-tuebingen.de/studium/berufsorientierung/veranstaltungen/>

Nutzen Sie außerdem **Social Media-Kanäle**: Auf Facebook und Instagram sind viele Fächer, Fachschaften, Fakultäten, Praxis & Beruf sowie die Universität Tübingen vertreten. Die Hochschulkommunikation ermöglicht außerdem die Ankündigung von Terminen über die **Digitalen Schwarzen Bretter** der Universität: <https://uni-tuebingen.de/de/34757>.

Planen Sie bei allen universitätsweiten Werbemaßnahmen zwei Wochen Vorlaufzeit ein.

Zusätzlich hat sich der **Aushang von Plakaten** und auch die **Verteilung von Handzetteln** bewährt. Plakate sollten maximal im Format A2 (besser: A3) gedruckt werden, damit sie auf den Schwarzen Brettern Platz finden. Bei einem Druck über die Universitätsdruckerei sollten Sie etwa eine Woche Vorlauf einplanen. Plakate und Handzettel können auch über die Hauspost verschickt werden. Printmaterialien können in ihrer **digitalen Form** außerdem für **andere Kanäle** (Mailinglisten/Veranstaltungskalender/Social Media) genutzt werden.

Eine persönliche Einladung durch Dozierende, etwa durch eine **Vorlesungsfolie**, ist äußerst wirkungsvoll.

Tipps

- Informieren Sie sich über bestehende Angebote der Abteilung *Überfachliche Bildung und berufliche Orientierung* unter: <https://uni-tuebingen.de/de/182278>
- Nehmen Sie Kontakt mit der Abteilung auf, wenn Sie eine Veranstaltungskooperation erwägen: claudia.schlager@uni-tuebingen.de



Werbemittel

Vorlagen im Downloadbereich
(im Corporate Design der Uni Tübingen)

- Plakate/Handzettel
- Druckauftrag (Universitätsdruckerei)
- Versandetiketten (Hauspost)
- Aushangmöglichkeiten (Tal/Morgenstelle)
- Banner (Digitale Schwarze Bretter)

Anmeldemanagement:

Bei bestimmten Veranstaltungen wie Workshops oder Exkursionen empfiehlt es sich, die Teilnahme nur nach Anmeldung zu ermöglichen.

Eine Erinnerungsmail zwei Wochen zuvor verhindert kurzfristige Absagen und ermöglicht das Nachrücken von der Warteliste. Bei unentschuldigtem Fehlen kann eine Sperre für zukünftige Veranstaltungen erwogen werden.

Welche Fragen an Alumni und externe Gäste sind zielführend?

Um die Anforderungen bestimmter Berufsfelder zu verdeutlichen, eignen sich Fragen aus folgenden Themenblöcken:

- Beruflicher Werdegang der Referierenden
- Beruflicher Alltag mit seinen spezifischen Herausforderungen
- Berufsperspektiven bzw. Marktentwicklung in dem jeweiligen Tätigkeitsbereich
- Spezifika des konkreten Berufseinstiegs in dieses Berufsfeld
- Persönliche Tipps und Empfehlungen aus der Arbeitserfahrung der Referierenden

Eine ausführliche Liste möglicher Fragen finden Sie im Downloadbereich.

Was kosten solche Veranstaltungen und wie lassen sie sich finanzieren?

Mögliche Kosten

- Reise- und Übernachtungskosten
- Honorarkosten
- Kleine Gastgeschenke
- Druckkosten für Plakate
- Raummiete
- Verpflegung für Referierende

Ein Beispiel

Referentin 1	- a) Anreise Stuttgart	40,-
	b) Honorar für 2h	170,-
Referent 2	- a) Anreise Baden mit Späters	120,-
	b) 1 Übernachtung	90,-
Gastgeschenk	2x Tee o. Wein	10,-
50 Plakate A3		10,-
3 Flaschen Wasser		3,-
		<hr/>
		EUR 443,-

Falls keine Mittel im Fach für Berufswege-Veranstaltungen zur Verfügung stehen, gibt es folgende Möglichkeiten:

1) Kostenfreie Variante:

Über persönliche oder Alumni-Kontakte gefundene Referierende aus der Nähe sprechen ohne Honorar in eigenen Räumen. Die Veranstaltung wird persönlich und digital beworben.

2) Einwerben von Fördermitteln, bspw.:

- Die **Gleichstellungsbeauftragten** der Fakultäten vergeben für Praxisvorträge von Frauen aus verschiedenen Arbeitsfeldern Fördermittel für Reise- und Honorarkosten. Antragstellung über die Gleichstellungsbeauftragten der Fakultäten.
- **Fachschaften** verfügen über studentische Qualitätssicherungsmittel, die auch zu solchen Zwecken verwendet werden können.
- **Alumni-Netzwerke** sind hilfreiche Ansprechpartner, beispielsweise das WiWi-Netzwerk für den Fachbereich Wirtschaftswissenschaft. Manche Alumnivereine, wie der der Japanologie, haben die Berufsfeldorientierung ihrer Aktivitäten sogar in ihren Statuten verankert.
- **Unternehmen** bieten über Sponsorenverträge oder Spenden Möglichkeiten der finanziellen Förderung.

DOWNLOADBEREICH

Im Downloadbereich für Lehrende finden Sie hilfreiche Dokumente zur Organisation von Berufswege-Veranstaltungen:

<https://uni-tuebingen.de/de/165409>

Sie sind hier: [Startseite](#) > [Studium](#) > [Berufsorientierung](#) > [Berufswege](#) > [Downloadbereich Organisation Berufswege \(für Lehrende\)](#)

Berufsorientierung

- Beratung zum Berufseinstieg
- Veranstaltungen
- Praxisportal - Job- und Praktikumsbörse
- Berufswege**
- Praktikum
- Berufsperspektiven
- Förderprogramme
- Downloadbereich Organisation Berufswege (für Lehrende)
- Unternehmenskontakte

Downloadbereich

In dieser Aufstellung finden Sie hilfreiche Dokumente zur Organisation von Berufswege-Veranstaltungen.

Ausführliche Anleitungen zum Thema Berufswege-Veranstaltungen werden in dieser [Handreichung](#) vermittelt.

Dieser Downloadbereich befindet sich momentan im Aufbau. Bei akuten Fragen wenden Sie sich bitte an: [praxis\(at\)philosophie.uni-tuebingen.de](mailto:praxis(at)philosophie.uni-tuebingen.de)

- Planen von Berufswege-Veranstaltungen +
- Bewerben von Berufswege-Veranstaltungen +
- Durchführen von Berufswege-Veranstaltungen +

Weiterhin finden Sie unter „Berufsperspektiven“ Anregungen in Form von Screencasts, Veranstaltungsberichten und Alumni-Interviews, die auch für Ihre Studierenden zugänglich sind:

<https://uni-tuebingen.de/de/182938>


Sie sind hier: [Startseite](#) > [Studium](#) > [Berufsorientierung](#) > [Berufswege](#) > [Berufsperspektiven](#) > [Screencasts](#)

Berufsorientierung

- Beratung zum Berufseinstieg
- Veranstaltungen
- Praxisportal - Job- und Praktikumsbörse
- Berufswege**
- Berufsperspektiven**
- Screencasts
- Veranstaltungsberichte
- Alumni-Interviews
- Praktikum
- Förderprogramme
- Downloadbereich Organisation Berufswege (für Lehrende)
- Unternehmenskontakte
- Angebote für Alumni
- Ansprechpartner

Online-Vorträge

Hier berichten unsere Alumni und Kooperationspartner aus ihrem Berufsalltag in verschiedenen Tätigkeitsbereichen.



Vorträge zum Download

- Unternehmensberatung +

CHECKLISTE

- **Veranstaltungsformat festlegen** – Vortrag, Podium, Workshop etc.
- **Anfrage-E-Mail** an potenzielle Referierende (Tipp: auf Alumni der Universität zurückgreifen)
- **Termin & Teilnehmendenzahl festlegen** – Anreise der Referierenden und Veranstaltungswoche der Studierenden miteinkalkulieren
- **Ablauf der Veranstaltung** mit Referierenden **planen** (z.B. Vorstellung des Berufsfeldes, kleine Arbeitsaufgabe, Fragerunde)
- **Raum buchen** – auf Teilnehmendenzahl anpassen und Ausstattung beachten (siehe Raumvergabe-Verzeichnis)
- **Honorare & Reisekosten** der Referierenden **kalkulieren** und **Finanzierung abklären**
- bei Vorträgen oder kürzeren Podien **Antrag auf Genehmigung eines Gastvortrages ausfüllen** und bei Universitätskasse einreichen
- bei ganz- oder mehrtägigen Workshops oder Veranstaltungen einen **Freien Dienstvertrag ausfüllen**, ausdrucken und an Referierende senden
- **Plakate/Flyer/Digitale Schwarze Bretter erstellen & drucken lassen**, um die Veranstaltung bewerben zu können, ggf. E-Mail-Adresse zur Anmeldung (bei begrenztem Raum) mitteilen
- **Digitale Werbung planen & umsetzen**: Webseite, Alma, Terminkalender der Uni, Facebook o.Ä.
- Ggf. **Anmeldungen sammeln** und tabellarisch darstellen, Anmeldungen welche die vereinbarte Teilnehmendenzahl übersteigen in Warteliste festhalten
- Bei Anmeldungen **Teilnahme-Erinnerung** rechtzeitig vor Veranstaltungstermin per E-Mail **verschicken**, mit der Bitte, die Anmeldung zu bestätigen und Angaben zum Ablauf der Veranstaltung machen etc.
- **Nachrückende** im Blick behalten und **verwalten**
- Ggf. **Geschenke** für Referierende **besorgen**
- **Veranstaltung betreuen**: Aufbau im Veranstaltungsraum, Begrüßung der Referierenden, Moderieren, ggf. Fotografieren (nur mit Einverständnis), Fragen zur Berufsorientierung an Referierenden stellen, Geschenke überreichen
- **Teilnehmenden-Liste** bei Exkursionen vorab an Reisekostenabteilung **senden** (Versicherung)
- Teilnehmende um kurzes **Feedback** und/oder **Evaluation bitten**
- **Auszahlungsanordnung** zum Auslagenersatz des Gastvortrages ggf. mit Anreise-Tickets an Universitätskasse **senden**
- **Bericht der Veranstaltung erstellen** und auf Webseite des Faches oder zur Berufsorientierung hochladen

COVID-19 – BERUFSWEGE- VERANSTALTUNGEN ONLINE

Seit 2020 haben sich die Rahmenbedingungen für die Lehre und für Präsenzveranstaltungen drastisch und fortlaufend verändert. Dies erfordert neue Formate. Berufsweg-Veranstaltungen können auch in **digitaler Form** durchgeführt werden. Das wurde im Jahr 2020 erprobt.

Beispiel 1: Job application for international students in Germany (2 Tage)

Der Workshop fand via ZOOM statt. Für den Austausch zwischen Studierenden wurden von der Dozentin Breakout-Rooms eingerichtet. Die Einzelberatung zur Erstellung des Lebenslaufs und der Vorbereitung auf ein Vorstellungsgespräch fand ebenfalls via ZOOM statt.

Beispiel 2: Berufsfeld Humanitäre Hilfe (2 Tage)

Gerade zu Beginn der Corona Krise war der online Workshop interessant für die Studierenden. Von der Einführung, über persönliche Erfahrungsberichte bis zur Case Study, die die Studierenden in Breakout-Rooms bearbeiteten und online präsentierten, wurde der Workshop via ZOOM durchgeführt.



© Chris Montgomery

Charakteristika des Formats

- Auswahl des passenden Tools für die Online-Lehre
- Allgemeine Einführung durch Dozierende
- Teilnehmende bearbeiten Aufgaben alleine oder in Gruppen
- Internet bietet schnellen Zugriff auf Links oder Recherchemöglichkeit
- Präsentation von Ergebnissen online für alle
- Einzelberatung möglich

Für die Durchführung von Online-Formaten gibt es zahlreiche

Tools, Erfahrungen und Hilfestellungen, beispielsweise auf folgenden Seiten:

- Informations-, Kommunikations- und Medienzentrum (IKM):
<https://uni-tuebingen.de/einrichtungen/zentrale-einrichtungen/informations-kommunikations-und-medienzentrum-ikm/>
- Hochschuldidaktik der Universität Tübingen:
<https://uni-tuebingen.de/zielgruppen/lehrende/hochschuldidaktik>
- Leibniz-Institut für Wissensmedien (IWM) in Tübingen:
<https://www.e-teaching.org/>
- Hochschul Didaktik Zentrum der Universitäten in Baden-Württemberg:
<https://www.hdz-bawue.de/>
- Hochschulforum Digitalisierung:
<https://hochschulforumdigitalisierung.de/>

NOTIZEN



PRAXIS & BERUF

IMPRESSUM

Herausgeber:
Eberhard Karls Universität Tübingen
ESIT - Erfolgreich studieren in Tübingen
Teilprojekt Berufsweg
Geschwister-Scholl-Platz
72074 Tübingen

Redaktion:
Gero Fuchs, Ramona Gresch, Sonja Großmann, Barbara Jaeger, Antonia Platten, Caecilie Weissert

Druck:
Universitätsdruckerei

2. Auflage:
Oktober 2020