
KURSER OG UDDANNELSER

SOM INDTÆGTSDÆKKET VIRKSOMHED PÅ AU

KOM GODT I GANG!



ST

KOM GODT I GANG!

Kontakt

Lotte Thiessen

Administrationscenter ST - Uddannelseskvalitet og studienævnsbetjening (SNUK)
Ny Munkegade 120
Bygning 1520
8000 Aarhus C

lt@au.dk
8715 2821



AARHUS
UNIVERSITET

RAMMER OG LOVHJEMMEL - HVAD MÅ MAN?

Universitetet må tilbyde kurser som indtægtsdækket virksomhed efter reglerne i Finansministeriets budgetvejledning.

Nedenfor findes en kort opsummering af centrale fakta i forhold til de to måder, vi normalt anvender, når vi udbyder indtægtsdækket virksomhed på AU:

IDV kurser

universitetet kan udbyde kurser på kommerciel basis enten på det åbne kursusmarked eller efter rekvirering af en virksomhed eller anden organisation. Det kan dreje sig om helt korte kurser af fx ½ dags varighed til længerevarende forløb.

IDV-kurser finansieres alene via deltagerbetaling, og de er ikke omfattet af uddannelsesbekendtgørelser eller studieordninger.

IDV-kurser er ikke formelt kompetencegivende, og der kan derfor ikke afholdes prøver eller udstedes eksamensbevis, men universitet må gerne udstede et kursus- eller deltagerbevis, når kurset er slut.

Fastsættelse af brugerbetaling skal ske uden at skabe konkurrenceforvridning.

IDV uddannelse

Universitetet kan udbyde elementer fra én af sine eksisterende uddannelser til en specifik virksomhed eller organisation efter aftale med virksomheden.

Det kan fx være et modul fra en master eller diplomuddannelse, som udbydes til en gruppe medarbejdere i en virksomhed efter aftale.

Aktiviteten er formelt kompetencegivende og følger uddannelsens regler dvs. deltagerne skal kunne bestå uddannelsens optagelseskrav, og der kan afholdes eksamen og udstedes eksamensbevis.

Der gives ikke statstilskud til aktiviteten, som alene finansieres vha. deltagerbetaling. Fastsættelse af brugerbetaling skal ske uden at skabe konkurrenceforvridning.

UDVIKLING AF ET KURSUS TRIN 1-7!

Når du skal udvikle et kursus, kan du følge disse 7 trin. Mange af opgaverne kan du få hjælp til at gennemføre – se navne på kontaktpersoner på bagsiden af denne folder.

1. Hvem er målgruppen? Uddannelsesbaggrund, erfaring/alder, typisk stillingsbetegnelse, oplagte brancher, sekundære målgrupper

2. Hvad er målgruppens faglige behov? Diskuter behovet for viden med repræsentanter for målgruppen, så du behøver rammer præcist.

3. Hvordan ser markedet ud? Er der andre udbydere, kurser, uddannelser, som ligner dit kursus? Hvad er deres styrker/svagheder?

4. Test programudkastet. Lav et programudkast for kurset og brug tid på at få udkastet testet i målgruppen. Bed repræsentanter for målgruppen om at kommentere indholdet. Passer det planlagte faglige indhold med målgruppens behov?

5. Gennemtænk og rammesæt økonomien. Der skal opstilles budget og fastsættes deltagerbetaling.

Rådfør dig med din økonomiafdeling så tidligt som muligt i processen.

Planlæg markedsføring af kurset. Hvilke kanaler vil du bruge – sociale medier, annoncer, publikationer, brancheblade, alumninetværk, PR, andet? Involver din kommunikationsafdeling tidligt i dette arbejde. Husk at gøre kurset tilgængeligt på www.au.dk/evu og på lokale EVU-sites på dit fakultet. Tommelfingerregel: start markedsføring mindst 3 måneder før kursus-afholdelse.

6. Planlæg praktikken. Overvej afholdelsessted, forplejning og andre praktiske aspekter, fx kursusmateriale, tilmeldingsprocedure, navneskilte, kursusbevis, evaluering etc.

7. Afhold kurset. Nyd frugten af dit arbejde. Husk at indhente evalueringer fra deltagerne, så du kan høste erfaringer til næste gang.

ØKONOMI

Når økonomien omkring en kursusaktivitet skal rammesættes, skal der opstilles et budget og fastsættes deltagerbetaling.

Elementer i et standard-budget

Indtægter

Fastsat pris x deltagerantal

Direkte omkostninger

Lønninger*

Drift**

$$\left\{ \text{Resultat} = \text{Indtægter} - \text{Omkostninger}^{***} \right\}$$

Indirekte omkostninger

Overhead (113% af løn)

Bemærk, at de fire fakulteter ofte har særlige specifikationer, som skal indgår i budgettet for de enkelte aktiviteter.

* Lønninger: timer til udvikling, forberedelse, konfrontationstimer, transporttid, opfølgning. (VIP, DVIP, TAP, studentermedhjælp).

** Drift: fx lokaleleje, kursusmateriale, rejserefusion, møder, køb af eksterne konsulenter, forplejning, markedsføring.

*** Omkostninger = direkte + indirekte

Prisfastsættelse

Når prisen på et kursus skal fastsættes skal følgende grundprincipper følges: alle omkostninger skal dækkes, og prisen må ikke være fastsat, så den er konkurrenceforvridende overfor andre private eller offentlige udbydere. Det er nødvendigt at undersøge udbudspriser i markedet for lignende aktiviteter, og det kan være en hjælp at lave en break-even-beregning på basis af budgettet.

Søg altid hjælp i din økonomiafdeling omkring disse spørgsmål tidligt i udviklingsfasen.