

UNIVERSITETET I BERGEN

Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet

Arkivkode:

Saksnr.: 2023/2166

Fakultetsstyresak: **e**

Møte: 7. desember 2023

Orienteringssak: Kommunikasjonsplan 2024 -2025

Bakgrunnsdokumenter

[Sak 2/23 Strategi 2023-2030](#)

[Sak 2/22 Risikokart for 2022-2023](#)

[Sak 30/19 Kommunikasjonsplan](#)

Saksfremstilling

Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet (MatNat) er et stort fakultet med høy aktivitet. Våre utdanninger og forskning er samfunnsrelevant og skal deles med de rundt oss. Samtidig som stor aktivitet er et gode, må fakultetets kommunikasjonsressurser prioriteres for å nå igjennom, og gi fakultetet en tydelig profil. Derfor ser vi behovet for å lage en kommunikasjonsplan.

For et stort fakultet som MatNat er det også lite hensiktsmessig å lage en kommunikasjonsplan som går over lang tid. Stadige endringer i medielandskapet, samt evnen til holde tritt med andre institusjoner som satser hardt spesielt innen studentrekruttering, gjør at en to-årig kommunikasjonsplan er mest hensiktsmessig.

Den nåværende kommunikasjonsplanen for Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet (MatNat) ble vedtatt i september 2019. Siden den gangen har fakultetet og instituttene vedtatt nye strategier og det er naturlig å utarbeide en ny kommunikasjonsplan som følger opp fakultetets strategi [ET REALFAGLIG KRAFTSENTRUM 2023 – 2030](#). I tillegg til føringene som ligger i strategien, ble det i sak 2/2022 Risikokart 2022 -2023, vedtatt at det skal etableres en kommunikasjonsplan for "Universitet uten vegger". Dette vedtaket anses som ivaretatt i denne planen.

Kommunikasjonsplanen for 2024 - 2025 legger opp til følgende fem hovedmål for perioden:

- Ha to førstevalgssøkere per studieplass og være det foretrukne realfagsstudiestedet.
- Regional og nasjonal gjennomslagskraft, særlig innen fakultetets satsingsområder: Hav, klima- og energiomstilling, IKT og bærekraft.
- Synliggjøre våre studiers arbeidslivsrelevans og kobling til næringslivet.
- Skape eierskap til utviklingsprosjektet Nygårdshøyden sør (NGHS).
- Utvikle kommunikasjonskompetansen blant ansatte på fakultet – særlig blant unge og ledere.

Sammen med hovedmålene identifiserer planen også fire målgrupper som er viktig å nå, og hvilke kanaler som vil være prioritert i perioden. Planen inneholder videre en rekke tiltak med målgrupper og ansvar som støtter opp under hovedmålene.

Kommunikasjonsplan for 2024-2025 operasjonaliserer fakultetets strategi som er vedtatt styret. Planen er godkjent av dekanatet og legges frem for styret som en orienteringssak.

Dekanens kommentarer

Å bidra med innsikt gjennom kunnskapsformidling er et viktig mål for fakultetet, og med vedlagte kommunikasjonsplan har fakultet gjort en klar prioritering innenfor de ressurser vi har til rådighet for de kommende to år. Rekruttering av studenter og arealutviklingsprosjektet Nygårdshøyden Sør er kritisk for å fakultetets fremtid og er derfor særskilt prioritert kommende periode.

28.11.2023 Jin Sigve Mæland/Håvard Kroken Holme

Gunn Mangerud
Dekan

Vedlegg:

Kommunikasjonsplan for Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet 2024 – 2025

Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet (MatNat) er et stort fakultet med høy aktivitet. Våre utdanninger og forskning er samfunnsrelevant og skal deles med de rundt oss. Fakultetets fagmiljøer og institutter gjennomfører mye og god formidling på eget initiativ. Samtidig som stor aktivitet er et gode, må fakultetets overordnede kommunikasjon spisses for å gi en tydelig profil utad.

God samhandling og en klar fordeling av oppgaver mellom de ulike nivåene internt, samt god dialog og deling av innhold med partnere som Bjerknessenteret for klimaforskning, Nansensenteret og NORCE, som har egne kommunikasjonsressurser, vil være en av nøklene for å lykkes. Dette gjelder særlig innenfor MatNats satsingsområder hav, klima- og energiomstilling der krysspublisering og arbeidsdeling er viktig for å utnytte de samlede ressursene vi har mest mulig effektivt.

MatNat følger UiBs språkpolitikk og bruker norsk som hovedspråk. I tilfeller der noe skal kommuniseres internasjonalt vil målformen være engelsk. Fakultetets arbeid for mangfold og likestilling skal gjenspeiles i kommunikasjonen.

Kommunikasjonsplan for MatNat 2024 – 2025 bygger på fakultetets strategi [ET REALFAGLIG KRAFTSENTRUM 2023 – 2030](#), og peker ut fem hovedmål for fakultetets kommunikasjonsarbeid. Disse målene er en konkretisering av strategien og har målbare tiltak, samt konkrete målgrupper knyttet til seg. Planen skal være et praktisk hjelpemiddel for å prioritere, strukturere og gjennomføre kommunikasjonstiltak ved fakultetet og krever innsats fra alle ledd i organisasjonen for å gjennomføres.

Hovedmålene for perioden er:

- Ha to førstevalgssøkere per studieplass og være det foretrukne realfagsstudiestedet.
- Regional og nasjonal gjennomslagskraft innen fakultetets satsingsområder: Hav, klima- og energiomstilling, IKT og bærekraft.
- Synliggjøre våre studiers arbeidslivsrelevans og kobling til næringslivet.
- Skape eierskap til utviklingsprosjektet Nygårdshøyden sør (NGHS).
- Utvikle kommunikasjonskompetansen blant ansatte på fakultet – særlig blant unge og ledere.

Målgrupper: For å nå våre overordnede mål må vi treffe rett målgruppe til rett tid med rett budskap. Målgruppene under er ikke rangert, men nummerert for å skille de fra hverandre.

- Målgruppe 1: Framtidige studenter – særlig aldersgruppen 17-25 år.
- Målgruppe 2: Nåværende studenter, ansatte og samarbeidspartnere.
- Målgruppe 3: Samfunnet: Media, næringsliv, myndigheter og skoleverket.
- Målgruppe 4: Påvirkere: Foreldre og tidligere studenter, lærere, rådgivere og andre som kan anbefale og framsnakke oss.

På lik linje med budskap og målgruppe, er valg av kommunikasjonskanal viktig. Ved fakultetet har vi knyttet våre eksterne kommunikasjonskanaler til bestemte målgrupper. Den kommende perioden vil nettsider, redaksjonelle medier, LinkedIn, Instagram og TikTok være de viktigste kanalene våre.

Nettsider – Skal treffe alle målgrupper.

Fakultetets nettsider er vår hovedkanal for informasjon og kommunikasjon eksternt.

Redaksjonelle medier – Målgruppe vil variere

Redaksjonelle medier er en kanal som når bredt ut til alle våre målgrupper. Det er et mål at mest mulig skal kommuniseres gjennom disse. Redaksjonelle medier setter også agendaen for viktige samfunnsdebatter, noe som gjør dem til en viktig målgruppe vi ønsker å nå.

Facebook – Målgruppe 2 og 4

Facebook brukes for det meste til å løfte nyheter til studenter, ansatte og samarbeidspartnere. Facebook er også en viktig kanal for å synliggjøre arrangement.

Instagram – Målgruppe 1

Brukes primært til studentrekruttering og har aldersgruppen 16-22 som målgruppe. Innhold produseres for det meste av fakultetets studentambassadører og skal gi et innblikk i hvordan det er å studere ved MatNat. Rundt 80% av innholdet skal være rettet mot potensielle søkere, 20% skal være relevant for nåværende studenter, men beholde et tydelig rekrutteringsfokus.

TikTok – Målgruppe 1

Der Instagram er mer konkret på studiehverdag og -innhold, brukes TikTok til å bygge opp omdømmet til #RealfagUiB og våre studier. Dette gjøres ved å produsere engasjerende innhold og kaste seg på ulike trender.

Twitter/X – Målgruppe 3 og 4

Fakultetet har en konto som har vært lite i bruk det siste året. Usikkerheten knyttet til plattformen gjør også at den ikke blir prioritert den kommende perioden. På sitt beste er Twitter en plattform der en kan nå ut både nasjonalt og internasjonalt med forskning.

LinkedIn – Målgruppe 2 og 3

Har etter hvert tatt over for deler av Facebook og Twitter. Er en kanal i vekst som vil bli prioritert fremover. LinkedIn brukes primært for å nå bredt ut med kunnskap til nærings- og arbeidsliv, myndigheter og media.

Youtube og Vimeo – Har ingen målgruppe

Brukes som lagringsplass for video og ikke en kanal i seg selv.

Podcast – Målgruppe varierer

Noen av instituttene har egen eller bidrar med innhold til UiBs eller samarbeidspartneres podcaster.

Eksterne arrangement – Målgruppe varier

Fakultetet og instituttene er involvert i en rekke arrangement gjennom året. Forskningsdagene, Rosendalsveko og Arctic Frontiers skal ha et særlig fokus i denne perioden.

Nyhetsbrev – Målgruppe 2

Alle instituttene har egne nyhetsbrev de styrer selv. Dekanen har en blogg som har ansatte ved fakultetet som målgruppe.

Tiltak for å nå våre mål

<u>Hovedmål</u>	<u>Tiltak</u>	<u>Målgruppe</u>	<u>Ansvar</u>
Ha to førstevalgssøkere per studie plass og være det foretrukne realfagsstudiestedet.	Videreutvikle #RealfagUiB og ha en årlig studentrekrutteringskampanje.	Målgruppe 1 og 4	Fakultetet
	Gjennomføre #Realutfordring hvert år.	Målgruppe 1	Fakultetet
	Gjennomføre en skolebesøkssturne på Vestlandet/Norge hvert år.	Målgruppe 1	Fakultet og instituttene
	Alle institutt deltar på <i>Åpen dag</i> .	Målgruppe 1	Fakultetet og instituttene
	Alle institutt skal være representert blant studentambassadørene til fakultetet så langt det lar seg gjøre.	Målgruppe 2	Fakultetet og instituttene
	Årlig oppdatering av studieprogramsider og oppdatere programsider og emnesider når ny eksternweb (W4) blir innført.	Målgruppe 1	Fakultetet og instituttene
	Vedlikeholde og utvikle uib.no/realfag og utdanningstesten.	Målgruppe 1	Fakultetet
	Arrangere en dag for veiledere/rådgivere i grunnskolen.	Målgruppe 4	Fakultet og instituttene
	Bruke kunnskapsbyen- og havbyen Bergen aktiv i rekruttering av studenter.	Målgruppe 1	Fakultetet
	Løfte studieprogram gjennom å produsere videoer. Først for disiplinlagene.	Målgruppe 1	Fakultetet og instituttene
	Sette ned en arbeidsgruppe som skal se nærmere på rekruttering til masterstudier og EVU.	Målgruppe 1 og 2	Fakultetet og instituttene
<u>Hovedmål</u>	<u>Tiltak</u>	<u>Målgruppe</u>	<u>Ansvar</u>
Regional og nasjonal gjennomslagskraft innen fakultetets satsingsområder: Hav, klima- og energiomstilling, IKT og bærekraft.	Fast dialogmøte i begynnelsen av semesteret med hvert institutt for å sette agendaen for semesteret.	Målgruppe 2	Fakultetet og instituttene
	Utarbeide en veileder for hva en god nyhetssak er.	Målgruppe 2	Fakultetet
	Fast spalte med to saker i måneden som bygger oppunder #realfag redder verden.	Målgruppe 3	Fakultetet
	Sende inn minimum én artikkel til Forskning.no per institutt, per semester.	Målgruppe 3	Fakultetet og instituttene

	Instituttene skriver utkast, fakultetet bistår med spissing.		
	Etablere og vedlikeholde ekspertlister ved hvert institutt.	Målgruppe 3	Fakultetet og instituttene
	Være delaktig i Rosendalsveko og Arendalsuka, samt andre relevante messer og arrangement.	Målgruppe 3	Fakultetet og instituttene
	Lage en veileder for bilder og video, ekstra fokus på felt, tokt og praksis.	Målgruppe 2	Fakultetet
	Alle institutt bidrar til Forskningsdagene.	Målgruppe 2 og 3	Fakultetet og instituttene
	Bidra til å fylle «Kunnskapskanalen» med innhold når prosjektet er oppe og går.	Målgruppe 2	Fakultetet
Hovedmål	Tiltak	Målgruppe	Ansvar
Synliggjøre våre studiers arbeidslivsrelevans og kobling til næringslivet.	Kontinuerlig oppdatere nettsiden "Jobbmuligheter for realiser". Minimum et nytt intervju i semestret.	Målgruppe 1 og 4	Fakultetet og instituttene
	Sak/video med sentrale ledere i nærings- og arbeidslivet som forteller om kompetansebehov og anbefale tilhørende MatNat studier.	Målgruppe 1 og 4	Fakultetet og instituttene
	Lage sak om caseoppgaver og mastersamarbeid med næringslivet.	Målgruppe 1 og 3	Fakultetet
	Lage nettsak som svarer på skoleoppgave om fremtidens yrker.	Målgruppe 1	Fakultetet og instituttene
	Publisere en sak i året om praksisplasser. Følge opp med innlegg i sosiale medier.	Målgruppe 1	Fakultetet
	Arrangere karrieredagen #Realiser en gang i semesteret.	Målgruppe 2 og 1	Fakultetet
	Studentambassadører skal på bedriftsbesøk.	Målgruppe 1 og 2	Fakultetet
Hovedmål	Tiltak	Målgruppe	Ansvar
Skape eierskap til utviklingsprosjektet Nygårdshøyden sør.	Ha løpende kontakt med lokale og regionale politikere om NGHS.	Målgruppe 3	Fakultetet
	God informasjon til berørte i bygge- og rehabiliteringsperioden.	Målgruppe 2	Fakultetet
	Lage en presentasjonsmal for NGHS.	Målgruppe 2	Fakultetet og EIA
	Vedlikeholde NGHS nettsider.	Målgruppe 3	Fakultetet og EIA
Hovedmål	Tiltak	Målgruppe	Ansvar
Utvikle kommunikasjonskompetans en blant ansatte på fakultetet – særlig blant unge og ledere.	Arrangere et årlig skrivekurs for PhD og forskere i samarbeid med Forskning.no.	Målgruppe 2	Fakultetet
	Etablere lokalt Forsker Grand Prix.	Målgruppe 2	Fakultetet
	Sette opp portrettfotosesjon en gang i semesteret. Etablere en bilde- og videobank.	Målgruppe 2	Fakultetet
	Lage og distribuere en mal for oppdatering av ansattssider.	Målgruppe 2	Fakultetet, instituttene

Etablere PP-presentasjonsmal for fakultetet som oppdateres en gang i semesteret.	Målgruppe 2	Fakultetet
Gjennomføre besøk hos de ulike instituttene og filme heispitcher for pågående phd-er og andre. Korte filmer som kan benyttes på forskernes personsider og på forskningsprosjektets sider.	Målgruppe 2-4	Fakultetet