

Arkivkode:

Orienteringssak: B

Saksnr.

Møte: 23. februar 2022

Orientering og konkrete planer for studentrekruttering 2022

Bakgrunn

Fakultet har siden 2019 en større satsning på studentrekruttering. En av grunnene til dette var at innføringen av krav om full fordypning i matematikk (R2) fra videregående skole førte til en nedgang i søkerfall. Til opptaket 2020 fjernet fakultetet R2-kravet på geovitenskap, biologi, molekylærbiologi, fiskehelse og årstudium i naturvitenskapelige fag. I 2021 ble R2-kravet også fjernet fra kjemi. Opptakskravet MATRS ble innført for datasikkerhet, datateknologi og bioinformatikk. Nye endringer er også tredd i kraft i 2022 på masterprogrammet i lektor som endrer fra LÆREA2 til LÆREAL.

I juni 2020 ble [studentrekruttering](#) vurdert av fakultetsstyret som et av de risikoelementer som kunne ha særlig stor påvirkning på fakultetets muligheter for å oppnå de strategiske målsetningene. Vi er avhengig av gode søkerfall, både for å fylle studieplassene og for å sikre gjennomstrømming. Det har også vært et uttalt mål å oppnå karakterkrav på flest mulig av våre studier.

Blant tiltakene som ble foreslått i 2020 var:

- Fullføre og evaluere #Realfaguib-kampanjen og videreføre denne.
- Samarbeide med KA for å sikre at realfag skal ha fokus i det sentrale rekrutteringsarbeidet
- Drive systematisk og god formidling, profilering og kommunikasjon for å styrke vår synlighet og vårt omdømme.

Målene fakultetet satt seg for samordna opptak (SO) i 2021 var:

- Øke antall førstevalgssøkere
- Øke kjennskapen til #realfaguib
- Øke omdømmet til realfagene ved UiB

Resultatene for SO 2021 sammenlignet med de foregående årene ser slik ut:

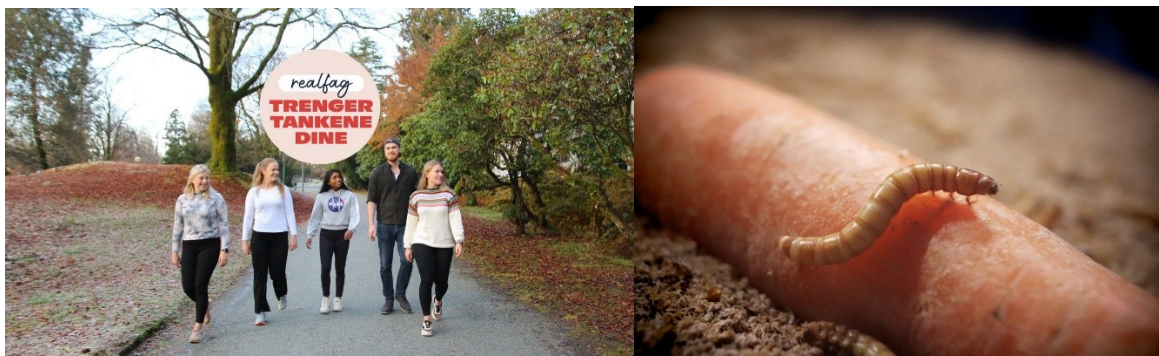


1.pri-søkere i 2021 var 1696, som tilsvarer en økning på 11 prosent fra året før. Etter to år med satsing på studentrekruttering ser vi at tiltakene fungerer. Økningen av søkere til

realfag ved UiB har økt, og siden 2019 har fakultetet økt søkertallene med hele 60 prosent!

Studentrekruttering 2021/2022

Vinteren 2020 etablerte UiB en rammeavtale med reklamebyrået Try, og i mars 2020 innledet Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet et samarbeid med dem. «UiB trenger tankene dine» er en del av denne kampanjen.



#Realutfordring

Sammen med Try har vi videreutviklet Operasjon Plast til konseptet #Realutfordring, som kombinerer innovasjon, tverrfaglighet, arbeidslivserfaring og markedsføring. Gjennom samarbeid med aktører fra norsk næringsliv løser studenter fra alle våre fagområder utfordringer som krever realfagskompetanse.

Våren 2021

Denne våren samarbeidet fakultetet og våre studenter med Vipps. Fordelene med slike samarbeid er å både vise potensielle søkere og våre studenter at en utdanning innen #Realfag er relevant for arbeidslivet på ulike måter. Slike samarbeid fører også til økt synlighet, relevans og omdømme.

Vi videreutviklet #Realutfordringen med Vipps i 2021 for å engasjere og inkludere målgruppen framtidige studenter og lærere enda mer. Dette gjorde vi ved å tilby videregående skoler en forenklet utgave av utfordringen. Dette er et ledd i å etablere UiB som et mer attraktivt og spennende alternativ enn andre utdanningsinstitusjoner vi liker å sammenligne oss med.

Høsten 2021

Under høstens #Realutfordring teamet vi opp med gjenbruksappen Tise. De vil gjøre det morsomt og inspirerende å leve bærekraftig, og trengte hjelp med å utvikle en løsning som gjør det enda enklere å kjøpe brukt. Tise er en norsk gjenbruksapp med over 2 millioner brukere, og de ønsker å gjøre kjøp og salg av brukte klær til noe inspirerende, morsomt og sosialt. Appen har en ung og stilbevisst målgruppe som passer godt inn hos den unge, samfunnsbevisste målgruppen vi ønsker å nå. Ved å holde #realutfordring også på høsten ved semesterstart, skaper vi gjenkjennelsesfaktor ved at studentene som søkte seg til oss, også møter igjen konseptet når de starter. Dette kan være med på å bidra til at studentene fortsetter på studiet de har startet på, og skaper et engasjement blant også nåværende studenter som ofte er de beste ambassadørene utad mot ønsket målgruppe.

Tiltak våren 2022

I 2022 samarbeider vi med IKEA. Det at MatNat klarer å få til slike avtaler med store aktører som IKEA er med på å skape engasjement og oppmerksomhet for potensielle nye studenter, og bedrifter som i fremtiden ser på det som attraktivt å inngå samarbeid med fakultetet om studentrekruttering. Det at vi kan bruke våre studenter til både innovasjon og markedsføring av studiene våre, er unikt. Gjennomføring av utfordringen fant sted fra 22. til 24. januar. Både filmopptak og caseoppgave ble gjennomført etter planen med stor suksess. Vi venter nå på første utkast av to filmer, samt at vi produserer støtteinnhold til disse i uke 5 og 6. Kampanjen har gått fra midten av februar, og skal gå frem mot søknadsfrist i SO som i år er 20 april. Dette blir startskuddet på det oppmerksomhetsskapende innholdet som skal bidra til at nye studenter velger MatNat fremfor noe annet.

Oppgaven med IKEA gikk ut på å komme opp med løsninger som bidrar til at folk kaster mindre møbler og blir oppfordret til å reparere, gjenvinne eller gjenbruke brukte møbler, og hvordan IKEA kan bidra til dette som en samfunnsaktør.



Studentene fikk blant annet stille spørsmål til bærekraftsdirektøren i IKEA, og gå på befaring hos BIR for å se hvor mye møbler som kastes daglig.

Foruten denne kampanjen har vi et «always on» løp som går gjennom hele året, som bidrar til å ta vare på den trafikken vi får under og i etterkant av disse utfordringene som kommer på toppen.

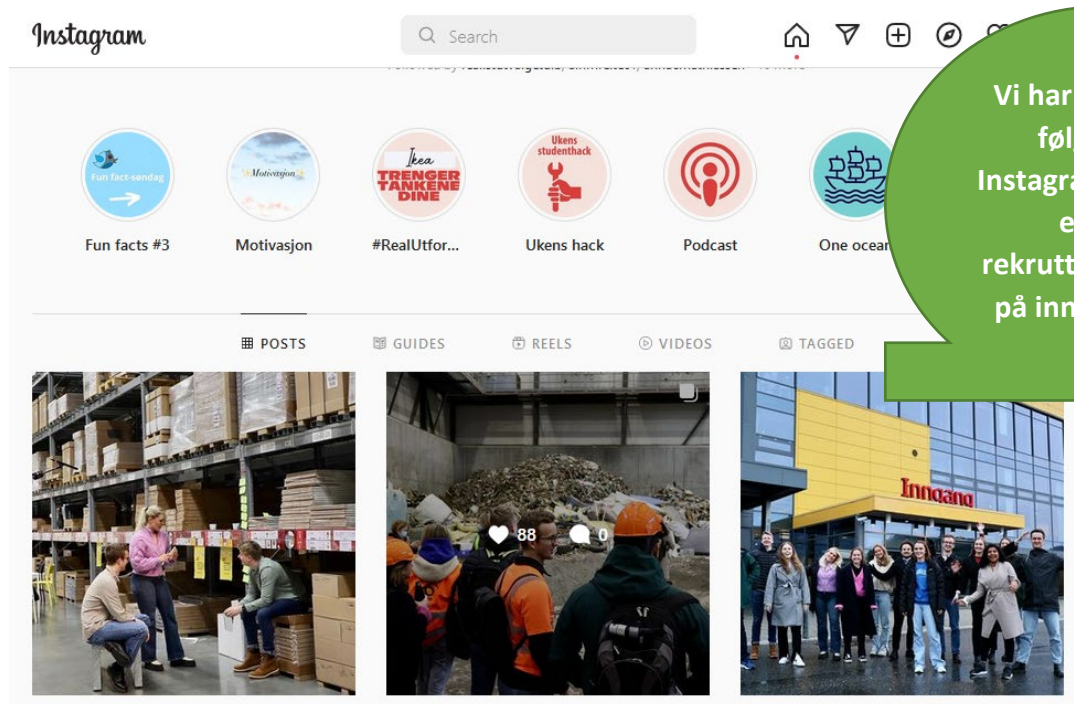
Studentambassadører

Siden 2019 har fakultetet hatt ansatte studentambassadører. I 2021/2022 har vi 17 ambassadører fra ulike fagområder på fakultetet. Høsten 2020 og frem til nå har studentambassadørene besøkt over 80 klasser, fra Hammerfest i nord til Egersund i sør. På grunn av pandemien har majoriteten av skolebesøkene vært digitale. Vi får veldig mange positive tilbakemeldinger fra både lærere og elever på disse skolebesøkene, og en gjenganger er ofte: «jeg visste ikke at UiB hadde disse studiene». Studentambassadørene spiller derfor en viktig rolle i å formidle ut vårt studietilbud til elever, lærere og rådgivere i videregående skole.

Studentambassadørene lager også innhold til sosiale medier og bidrar til artikler på nettsiden. I tillegg benytter vi ambassadørene til ulike oppdrag utenom, hvor vi ser det er hensiktsmessig at de representerer realfag ved UiB. Elevene som følger @realfaguib på

Instagram, bruker dette sosiale mediet aktivt til å skaffe seg mer informasjon om studielivet, studieprogram, studentliv og erfaringer.

Studentambassadørene har i 2021 reist på bedriftsbesøk til ulike bedrifter. Dette viser vi frem på Instagram og skaper også mer forståelse og kunnskap om arbeidslivsrelevansen våre realfaglige studier har. Dette er også et gode for studentambassadørene, og noen har fått deltidsjobber etter slike bedriftsbesøk.



Vi har i dag 3837 følgere på Instagram og vi har en klar rekrutteringsprofil på innholdet her

Instagram og TikTok

TikTok er blitt stadig mer populært blant de unge. #realfagub har i dag 4259 følgere her, og ser at vi fortsetter å øke. Vi ser også at vi når ganske gode seertall på det innholdet som deles på TikTok.

I aldersgruppen 18–29 år er det 42 % som bruker TikTok daglig i Norge. En formidabel økning fra bare 10 % for bare to år siden. Og dette gjelder kun de over 18 år. I motsatt ende av skalaen går andelen som bruker Facebook betydelig ned i den samme aldersgruppen, til 52 prosent. Globalt har TikTok nå flere brukere enn Snapchat, og var den mest nedlastede appen i verden – både i 2020 og i 2021.

Det blir derfor naturlig å øke fokuset på denne kanalen i 2022. Vi har allerede flere studentambassadører som bidrar til å lage populært innhold her.

Vi skal fortsatt være aktiv på Instagram, da det er en viktig kanal for å skape engasjement og dele merkevarestyrkende innhold. Planen for 2022 er å kategorisere innholdet som produseres på spesielt Instagram enda mer, slik at profilen får en enda klarere kommunikasjon og tidlig skaper en forventning av hvilket innhold du kan følge på kanalen.

Synliggjøring av disiplinlagene

Søknadstallene til disiplinlagene våre økte ikke så mye som vi ønsket i 2020. Vi lagde derfor en animasjonsfilm som fokuserte særlig på disse lagene. Filmen kan gjenbrukes i flere år framover. Vi gjennomførte også en kampanje i sosiale medier med bruk av denne filmen.

I tillegg har vi ekstra fokus på å fremme disiplinlagene i #RealUtfordring. Studentene som studerer disiplinlag får større og bærende roller i disse utfordringene, slik at vi får vist frem disiplinlagene der også.

Fra 2020 har vi økt fokuset på å vise fram aktualitet og realfagrelevans i flere artikler knyttet til dagsaktuelle temaer som presidentvalget i USA, pandemien og norske juletradisjoner. Her bruker vi kunnskapen og kompetansen til våre studenter og akademisk ansatte til å kommentere slike tema. Dette arbeidet kommer vi også til å videreføre i 2022. Som et fremtidsrettet fakultet må vi være dagsaktuelle og følge med i samfunnsbildet, for å styrke troverdigheten vår som utdanningsinstitusjon.

Det siste året har vi arbeidet mer konkret med søkemotoroptimalisering av våre viktigste nettsider, slik at flere skal finne dem i sine googlesøk. Dette er imidlertid tidkrevende, og webbløsningen UiB.no har visse begrensninger. Vi regner med å kunne optimalisere dette arbeidet ytterligere i 2022/2023 når nye nettsider er på plass, men jobber med dette kontinuerlig i samarbeid med TRY.

Arbeidslivsrelevans

Vi har de siste årene scoret noe lavt på arbeidslivsrelevans i Studiebarometeret. Dette gjelder ikke bare for vårt fakultet, det gjelder hele UiB og tilsvarende utdanninger i resten av landet. Selv om man kan spørre seg om vinklingen på spørsmålene i studiebarometeret gir et riktig bilde av situasjonen, er det likevel svært viktig å styrke koblingen mellom utdanning og arbeidsliv. Fakultetet tilsatte i 2021 en arbeidslivskoordinator som skal hjelpe til å synliggjøre den kompetansen studentene våre får, styrke båndene til lokalt næringsliv gjennom satsingen på praksis og støtte fagmiljøene i utviklingen av etter- og videreutdanningstilbud.

Tiltak for styrking av arbeidslivsrelevansen av realfagsutdanningene er blant annet:

- Øke antallet relevante praksisplasser for studentene
- Tettere dialog med lokalt næringsliv gjennom bl.a. satsingen på praksis
- Fakultetet vil arrangere karriereuke i mars. Denne het tidligere «På vei», men har nå fått navnet #realiser. Navnet spiller på øvrige «merkenavn» som #realfaguib og #realutfordring, og er med på å styrke den helhetlige kommunikasjonen for MatNat. Vi ønsker å gjøre programmet for karriereuken relevant for dagens jobbmarked, og det planlegges i samråd med studentene for å imøtekomme det de er opptatt av og ønsker mer kunnskap om.
- Innovasjonskurset INNOV201 er i gang. Her skal studentene lære nyttige verktøy for å angripe og løse samfunnsaktuelle utfordringer de vil kunne møte i arbeidslivet, både i privat og offentlig sektor. Kurset er allerede svært populært, og vi har mottatt flere positive tilbakemeldinger fra studentene som tar emnet.

Oppsummering tiltak våren 2022

- #RealUtfordring sammen med IKEA. Stor, oppmerksomhetsskapende kampanje frem mot søknadsfrist i SO 20.april.
- Jobbe kontinuerlig med «always on» innhold på nettsider og diverse annonseringskanaler.
- Optimalisere SEO-bruken for å oppnå bedre synlighet i Google.
- Gjennomføre flere digitale og fysiske skolebesøk i og utenfor Bergen
- Jevn tilstedeværelse i sosiale medier, spesielt Instagram, og TikTok
- Synliggjøring av arbeidslivsrelevansen av en realfaglig utdanning