



Styre: Fakultet for kunst, musikk og design

Dato: 04.12.19

Styresak: 69/19

Arkivsaksnr: 19/26510

Møtedato: 12.12 2019

Revisjon av handlingsplan for rekruttering av studenter

Bakgrunn

KMDs strategi for perioden 2018 – 2022 ble vedtatt i fakultetsstyret 9. mai 2018. I forlengelsen av dette ble *Handlingsplan for rekruttering av studenter* vedtatt i styresak 39/18, herunder med krav om en årvis gjennomgang og revisjon. Handlingsplanen ble vedtatt først på vårparten i fjor, og ble i hovedsak basert på tidligere praksiser i de tre instituttene rekrutteringsarbeid. Dette er nå det første året handlingsplanen settes i verk. Studieutvalget (SU-KMD) behandlet saken sist i møte 27. november, og mente at vi bør avvete en grundigere gjennomgang og revisjon når vi har gjort oss flere erfaringer etter årets prosess. Det har likevel vært noen dilemma som krever nærmere avklaringer.

Til saken

Studieutvalget har nedsatt en koordinerende arbeidsgruppe for rekruttering og iverksetting av handlingsplanen. Det viser seg særlig to hovedområder som krever nærmere avklaring:

- Konkretisering av ansvarsfordelingene, tydeliggjøring av enkelte tiltak og oppgaver
- Finansiering av tiltak, budsjett for rekrutteringsarbeid på institutt- og fakultetsnivå

Konkretisering av ansvar

I samråd med Studieutvalget, utformes et utvidet arbeidsnotat som presiserer aktiviteter og ansvarspersoner, basert på gjeldende handlingsplan. Uklarhetene gjenspeiler delvis utydigheter i organisasjon og roller i fakultetet, som det også arbeides med i andre sammenhenger.

Finansiering

I utgangspunktet er det ikke satt opp eget budsjett for gjennomføring av handlingsplanen. Kostnader i forbindelse med rekrutteringsarbeidet, må tydeliggjøres fra instituttene. Studieutvalget har bedt om at programstyrene bringer saken til instituttleder og instituttråd, med estimerte kostnader av ønskede tiltak på bakgrunn av tidligere praksis. Prioriterte, tverrgående oppgaver vil være fakultetets ansvar. Informasjon fra programstyrer og institutt må legges til grunn for at arbeidsgruppens videre koordinering av tiltak, og iverksetting av handlingsplanen. Det er behov for et budsjett også for tiltak som skal legges til fakultetet.

Studieutvalget og den koordinerende arbeidsgruppen trenger en tydelig oversikt over samlet behov for rekrutteringsarbeidet ved instituttene og fakultetet. Det er også behov for at det foreligger budsjett og rammer for rekrutteringsarbeidet på institutt- og fakultetsnivå, og gjennomføring av handlingsplanen.

Utover det ser vi ikke behov for å gjøre endringer i handlingsplanen.

Forslag til vedtak:

1. Fakultetsstyret viderefører gjeldende handlingsplan
2. Fakultetsstyret ber fakultetsdirektør om redegjørelse for budsjett for rekrutteringsarbeidet på institutt- og fakultetsnivå, og at innspillene som fremkommer i møtet følges opp.

Frode Thorsen
dekan

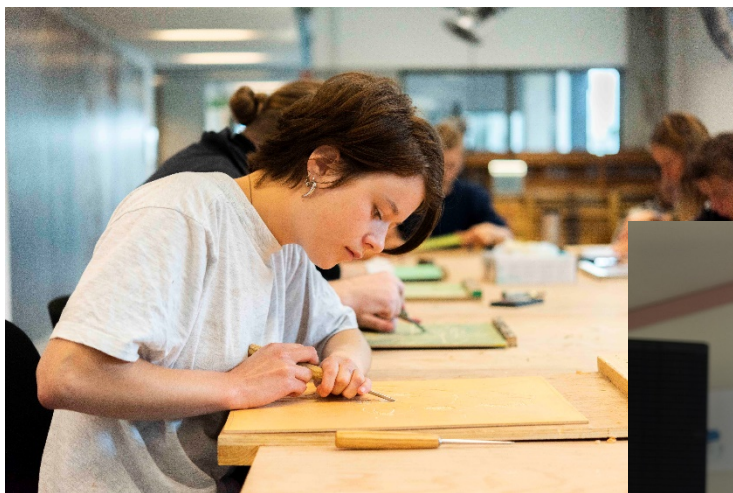
Synnøve Myhre
fakultetsdirektør

HSk

Vedlegg:

Handlingsplan for rekruttering KMD:

https://www.uib.no/sites/www.uib.no/files/attachments/kmd_handlingsplan_studrekuttering_2018-5.pdf



Handlingsplan for studentrekruttering

HANDLINGSPLAN 2018 – 2022 // Fakultet for kunst, musikk og design, UiB

INNLEDNING

Fakultet for kunst, musikk og design (KMD) er avhengig av et stort tilfang av søkere på et høyt nivå for å bygge et sterkt undervisningsmiljø, uteksaminere studenter på et høyt internasjonalt nivå og nå måltallene. KMDs strategiplan uttrykker ambisjoner om å skape et internasjonalt studentmiljø og fremme mangfold i samfunnet. Den beskriver gode studieprogrammer som en viktig stimulans og forutsetning for sterke forskningsmiljøer der studentene knyttes tett til forskningsaktiviteten. Dette krever en offensiv og målrettet handlingsplan for rekruttering av dyktige og ambisiøse studenter – nasjonalt og internasjonalt, fra ulike miljøer og med en god kjønnsbalanse.

I 2018 har flere av KMDs studieprogrammer hatt utfordringer med å oppfylle måltallene. Dette er et kritisk punkt. KMD er i sterk konkurranse med andre institusjoner om å rekruttere gode studenter, både nasjonalt og internasjonalt, og vi konkurrerer med institusjoner som bruker betydelige ressurser på å markedsføre sine studier. Realiseringen av de ulike hovedaktivitetene vil kreve mer ressurser enn fakultetet har brukt til nå. Samtidig vil for lave studenttall kunne få store økonomiske konsekvenser for KMD.

KMDs kvaliteter og fortrinn – fra studiemiljø og verksteder med det beste av tilgjengelig utstyr til de faglig ansattes kompetanse – vil være grunnlaget for rekrutteringen, ikke minst til masterstudiene. I konkurransen med et bredt spekter av utdanningsinstitusjoner er det viktig at KMDs studier blir synlige gjennom instituttenes og studieprogrammernes klart definerte satsningsområder.

Studieprogrammene innenfor kunst, musikk og design rekrutterer fra ulike miljøer. Rekrutteringsaktivitetene må derfor tilpasses de enkelte studier. I tillegg krever rekrutteringen til bachelor og master ulike tiltak. Vi har likevel ikke valgt å skille master og bachelor i ulike innsatsområder, men fremheve aktiviteter rettet mot de to nivåene i beskrivelsen av aktivitetene.

Innsatsområder:

- A. Rekruttering gjennom målrettede rekrutteringsaktiviteter.
- B. Rekruttering gjennom informasjon og kommunikasjon.
- C. Rekruttering gjennom selvpresentasjon og utadrettet faglig aktivitet.
- D. Rekruttering gjennom opptaksprosessen.

Innsatsområdene, og hovedaktivitetene under disse, følger en helhetlig rekrutteringsprosess, fra arbeidet med å gjøre studiene kjent – langt utenfor Bergen – via bred informasjon og et personlig møte med studiestedet, til en individuell oppfølging av studenter som har fått studieplass. Ikke minst må den faglige virksomheten som blir synlig i utadrettede arrangementer og utstillinger – også presentasjonen av KMDs forskningsvirksomhet – fungere som en viktig del av rekrutteringsarbeidet. Alle studenter og ansatte må være aktive ambassadører for fakultetet og dets fagområder og tenke rekruttering når de presenterer sin faglige virksomhet til et større publikum.

Samlet – og i samspill – skal både presise og differensierte rekrutteringsaktiviteter innenfor innsatsområdene overbevise potensielle søkere om at de gjennom KMDs studier kan realisere sine drømmer.

Innsatsområder for studentrekruttering til KMD for perioden 2018-2022

A. REKRUTTERING GJENNOM MÅLRETTEDE REKRUTTERINGSAKTIVITETER			
Delmål	Hovedaktiviteter	Ansvarlig	Tidsrom
Delmål 1: Gjøre KMD og KMDs studieportefølje kjent og attraktiv for potensielle søkere gjennom fakultets- og instituttinitierte aktiviteter.	Åpen dag ved fakultetet hvor studiene presenteres med informasjon og aktiviteter skreddersydd for besøkende potensielle søkere.	Fakultetet v/kommunikasjon og utdanning Instituttene v/programstyrene	Deltagelse på Åpen Dag etter gjeldende årshjul. Forberedelsesperiode oktober og fremover.
	Skolebesøk/miljøbesøk, nasjonalt og nordisk, med målrettet aktivitet og informasjon for rekruttering til spesifikke program.	Fakultetet v/utdanning Instituttene v/programstyrene	Perioden søknadsweb er åpen har prioritet for besøk. Plan skal være klar senest semesteret før.
	Arrangere workshops, kurs og masterclass, også med kjønnsbalanse i studiene som mål.	Instituttene v/programstyrene Vitenskapelig ansatte	Kontinuerlig. Plan klar senest semesteret før.
	Stand på Utdanningsmessen der fakultetets studieportefølje presenteres på en attraktiv, spennende og inkluderende måte.	Fakultetet v/kommunikasjon og utdanning Instituttene v/programstyrene	Deltagelse på Utdanningsmesser til satte datoer. Plan klar senest semesteret før.
Delmål 2: Gjøre KMD og KMDs studieportefølje kjent og attraktiv for lærere, rådgivere og rektorer gjennom aktiv relasjonsbygging.	Deltagelse i fagnettverk i den videregående skole for målrettet informasjon til relevante skolemiljøer.	Instituttene v/instituttleder	Møter etter møteplan i nettverkene.
	Planlegge presentasjoner til Faglig-pedagogisk dag på innspill fra spesifikke fagmiljøer i den videregående skole.	Fakultetet v/kommunikasjon og utdanning Instituttene v/programstyrene	Plan for presentasjoner klare innen begynnelsen av november.
	Invitere lærere i videregående skoler, folkehøgskoler, fagskoler, forskoler til å delta på faglige seminarer ved KMD.	Instituttet v/instituttleder Vitenskapelig ansatte	Kontinuerlig. Plan skal være klar senest semesteret før.
	Målrettet informasjon til videregående skoler, folkehøgskoler, fagskoler, forskoler for spesifikk informasjon om studietilbudet ved fakultetet.	Fakultetet v/kommunikasjon og utdanning	Følger årshjul for opptak. Informasjon må distribueres før Søknadsweb åpner.
	Gjennomføre "Rektormøtet" som del av Åpen Dag for å utvikle og opprettholde en positiv relasjon til skoler fakultetet rekrutterer fra.	Fakultetet v/kommunikasjon Instituttene v/instituttleder	Invitasjoner sendes i nov/des. Plan for innhold og invitasjoner klar innen november.

B. REKRUTTERING GJENNOM INFORMASJON OG KOMMUNIKASJON

Delmål	Hovedaktiviteter	Ansvarlig	Tidsrom
Delmål 1: Gjøre kjent hvilke studier KMD tilbyr og motivere potensielle søkere til å søke mer informasjon.	Benytte relevante kanaler og arenaer slik at informasjon om studieaktiviteter når ut til potensielle søkere.	Fakultetet v/kommunikasjon	Innen juni 2019. Fortløpende oppdatering og evaluering.
	Utvikle plan for arbeid med KMDs arrangementskalender med interne og eksterne arrangementer som rekrutteringsverktøy.	Fakultetet v/kommunikasjon	Innen juni 2019. Fortløpende oppdatering og evaluering.
	Markedsføring av publikumsrettede aktiviteter og rapportering av disse.	Fakultetet v/kommunikasjon	Innen juni 2019. Fortløpende oppdatering og evaluering.
	Optimalisere treff på studiene i søkemotorer	Fakultetet v/kommunikasjon	Innen september
Delmål 2: Utvikle nettsidene slik at disse motiverer til å søke.	Utforme studie-, søknads- og opptaksinformasjon til nettsidene slik at den fremstår som innbydende og informativ.	Fakultetet v/kommunikasjon og utdanning	Innen søknadsperioder etter gjeldende årshjul. Fortløpende oppdatering ved behov.
	Utvikle fortellende tekster, bilder og videoer som viser aktivitet i verksteder og andre lokaler.	Fakultetet v/utdanning og kommunikasjon Instituttene v/programstyrene	Innen juni 2019. Fortløpende oppdatering
	Legge vekt på kvaliteten i studiene og kompetansen ved KMD, med vekt på satsnings- og forsknings-områder	Fakultetet v/utdanning og kommunikasjon Instituttet v/instituttleder og programstyrene	Innen juni 2019. Fortløpende oppdatering
	Utvikle en løsning for presentasjon av studentarbeider på en dynamisk måte på nettsiden.	Fakultetet v/kommunikasjon Instituttet v/instituttleder	Innen juni 2019. Fortløpende oppdatering
	Bruk av fortellinger fra hverdagen til stipendiater, alumni og brukere til å skissere mulighetene for et profesjonelt virke etter studiene.	Fakultetet v/kommunikasjon Instituttet v/instituttleder	Innen juni 2019. Fortløpende oppdatering

C. REKRUTTERING GJENNOM SELVPRESENTASJON OG UTADRETTET FAGLIG AKTIVITET

Delmål	Hovedaktiviteter	Ansvarlig	Tidsrom
Delmål 1: Gjøre kvaliteten ved KMD og kompetansen til vitenskapelig ansatte kjent gjennom interne og eksterne aktiviteter.	<p>I forbindelse med eksterne aktiviteter må ansatte og studenter være tydelige på at de representerer KMD.</p> <p>Gjennomføre flere aktiviteter og presenterte prosjekter, særlig innenfor forsknings- og satsningsområdene, i regi av KMD utenfor fakultetet. Flytte interne aktiviteter ut.</p> <p>Utvikle faglige prosjekter i samarbeid med skoler KMD rekrutterer fra, for gjennomføring internt og eksternt.</p> <p>Bidra med innspill til KMDs arrangementskalender med interne og eksterne arrangementer som rekrutteringsverktøy i henhold til årshjul.</p> <p>Registrere og oppdatere CV og faglig profil på alle ansatte på profilsidene på uib.no.</p>	<p>Vitenskapelig ansatte Instituttene v/instituttleder Fakultetet v/kommunikasjon</p> <p>Vitenskapelig ansatte Instituttene v/programstyrene Fakultetet v/kommunikasjon</p> <p>Vitenskapelig ansatte Instituttene v/programstyrene</p> <p>Fakultetet v/kommunikasjon Instituttene v/programstyrene</p> <p>Vitenskapelig ansatte Instituttene v/instituttleder</p>	<p>Innen mars 2019. Fortløpende oppdatering.</p> <p>Plan for aktiviteter klare innen juni 2019.</p> <p>Plan for aktiviteter klare innen juni 2019.</p> <p>Innen juni 2019. Fortløpende oppdatering.</p> <p>Innen mars 2019. Fortløpende oppdatering.</p>
Delmål 2: Skape en forståelse av fakultetets kunstfaglige virksomhet – og kvaliteten på denne – gjennom å synliggjøre undervisningsaktiviteter og bidrag på de profesjonelle arenaene.	<p>Dokumentere undervisningsaktiviteter til bruk i formidling i relevante kanaler.</p> <p>Gjøre forelesninger og presentasjoner tilgjengelige på nett i form av strømmetjeneste og «forelesningsbibliotek».</p> <p>Jevnlig oppfordre studenter, stipendiater og alumni til å fortelle om studiemiljø, hverdagen på studiene og mulighetene etter studiene.</p>	<p>Vitenskapelig ansatte</p> <p>Vitenskapelig ansatte Instituttene v/programstyrene Fakultetet v/kommunikasjon</p> <p>Instituttene v/programstyrene KSU</p>	<p>Kontinuerlig arbeid.</p> <p>Plan for løsning innen juni 2019. Deretter kontinuerlig publisering.</p> <p>Kontinuerlig.</p>

D. REKRUTTERING GJENNOM OPPTAKSPROSESSENE

Delmål	Hovedaktiviteter	Ansvarlig	Tidsrom
Delmål 1: Gi søkerne et godt inntrykk av fakultetet som studiested gjennom en positiv opplevelse av opptaksprosessene	Publisere og sende ut klar og entydlig informasjon i forkant av opptaksprosessene.	Fakultetet v/Utdanning	I god tid innen de forskjellige opptaksprosessene etter gjeldende årshjul.
	Utforme og tilgjengeliggjøre klar og entydlig informasjon om forløpet i opptaksprøvene med vekt på hvem og hvor søkerne skal møte.	Fakultetet v/Utdanning	I god tid innen de forskjellige opptaksprosessene etter gjeldende årshjul.
	Rekruttere studentrepresentanter som sosiale ambassadører til omvisninger, til å svare på spørsmål, være tilgjengelige for søkerne og skape en atmosfære av trygghet.	Fakultetet v/Utdanning Instituttene v/programstyrene KSU v/leder	I god tid innen de forskjellige opptaksprosessene etter gjeldende årshjul og under opptaksprosessene
	Samordne informasjon og avklare roller mellom administrasjon og faglige representanter gjennom jevnlig møtepunkter og tydelige mandater.	Fakultetet v/Kommunikasjon Instituttet v/instituttleder	I god tid innen de forskjellige opptaksprosessene etter gjeldende årshjul.
Delmål 2: Sikre at søkere med tilbud begynner på studiene ved fakultetet.	Følge opp i etterkant av opptaket med tilbakemeldinger, undersøkelser og evaluering.	Fakultetet v/utdanning og kommunikasjon Instituttene v/programstyrene vitenskapelige ansatte	Umiddelbart etter at tilbud er gitt etter fullførte opptaksprøver og vurdering.
	Sende ut informasjon om kommende aktiviteter nye studenter skal være med på.	Instituttet v/instituttleder og programstyrene	Innen én mnd etter at tilbud om studieplass er gitt.
	Opprette personlig kontakt mellom veileder og kommende student. Kommunisere at «vi ser frem til å jobbe med deg» og at «ditt prosjekt er viktig for oss.»	Instituttene v/programstyrene vitenskapelige ansatte	Innen én mnd etter at tilbud om studieplass er gitt.
	Koordinere tidspunkt for utsendelse av tilbud om studieplass med andre konkurrerende institusjoner.	Fakultetet v/utdanning	Innen januar.

