



**Styre:** Fakultet for kunst, musikk og design

**Styresak:** 79/21

**Møtedato:** 16. desember 2021

**Dato:** 09.12.21

**Arkivsaksnr:**2021/19741

---

## Revisjon av handlingsplan for studentrekruttering

---

### Bakgrunn

Fakultetsstyret har vedtatt Handlingsplan for studentrekruttering 2018 - 2022 (sak 86/18), med krav om en årlig gjennomgang og revisjon. SU-KMD har behandlet saken i møte 25. november (SU-KMD 27/21), på bakgrunn av innspill fra programstyrene. Det har vært påpekt at handlingsplanen for studentrekruttering har et høyt detaljnivå og uklar ansvarsfordeling. På den annen side er det også tatt til orde for at handlingsplanen nettopp bør ta høyde for innsatsområder der både fagmiljø, ledelse og administrasjonen er involvert med egne ansvarsområder under følgende hovedmål:

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

### Til saken

Programstyrene ble invitert til å spille inn til SU-KMD sine prioriteringer i arbeidet for å fremme studentrekruttering. Innspillene samlet sett kan alle relateres til hoved- og delmål i handlingsplanen (jf SU-KMD 27/21):

- Hjemmesider: oppdatert og kvalitetsikret (B)
- Promoteringsmateriale (eks videoer, plakater, hand-outs) (B)
- Bruk av sosiale medier (annonsering på FB/ Instagram) (A og B)
- Studentpresentasjoner (/ alumni?) (A og D)
- Åpen dag: invitere aktuelle søkere til oss, evt også digitalt (A)
- Skolebesøk og turneer (fagpersonale) (C)
- Annonsering, utsending av informasjon (A og B)

Studieutvalget diskuterte særlig organisering av arbeidet i henhold til gjeldende handlingsplan, og forankring i instituttene. Det ble foreslått å gjøre noen omlegginger av handlingsplanen for å tydeliggjøre oppgaveansvar og prioriteringer for kommende periode, men innenfor de definerte innsatsområdene. Det var enighet om at det særlig under hovedområdet C er et potensiale vi bør vekte. SU-KMD anbefalte at instituttene måtte utfordres på dette punktet.

Studieutvalgets medlemmer understrekte betydningen av at hvert av programmene og instituttene profileres i rekrutteringsarbeidet. Målgruppene for KMDs studietilbud er svært forskjellige, og rekrutteringstiltakene må skreddersys i henhold til dette.

På dette grunnlaget ble prodekan for utdanning gitt fullmakt til en bearbeiding av foreliggende handlingsplan for kommende periode 2022, med tydeliggjøring av ansvar for oppfølging (vedlegg).

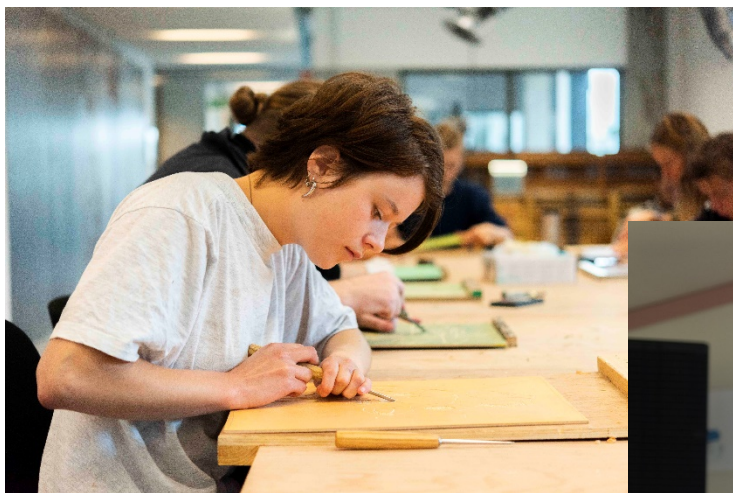
**Forslag til vedtak:**

Fakultetsstyret vedtar forslag til revidert handlingsplan, med de innspill som kom frem i møtet.

Frode Thorsen  
Dekan

## Vedlegg:

- Forslag til revidert handlingsplan for studentrekruttering 2022



# 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 et fokus på mangfold.

KMD er i sterk konkurranse med andre institusjoner om å rekruttere gode studenter, både nasjonalt og internasjonalt. Vi konkurrerer med institusjoner som bruker betydelige ressurser på å markedsføre sine studier, og i enkelte av programmene våre er det utfordrende å nå måltallene. Realiseringen av de ulike hovedaktivitetene vil kreve mer ressurser enn fakultetet har brukt til nå. Lave studenttall kunne få store økonomiske konsekvenser for KMD, derfor er det særlig viktig å legge vekt på at måltallene nås i alle programmene.

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 instituttens og studieprogrammets klart definerte satsningsområder.

Mange er involvert i rekrutteringen, og det er viktig med samhandling for å få flyt i prosessene. 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
<b>Delmål 1:</b> 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	Årlig
	Skolebesøk/miljøbesøk, nasjonalt og nordisk, medmålrettet aktivitet og informasjon for rekruttering til spesifikke program.  Deltagelse på arrangementer der fakultetets studieportefølje presenteres på en attraktiv, spennende og inkluderende måte.  Presentasjon av mulighetene i masterstudiene til egne bachelorstudenter, og gjennomgang av søknads- og opptaksprosess.	Fakultetet v/utdanning Instituttene v/programstyrene studentmentorene  Fakultetet v/kommunikasjon og utdanning  Instituttene v/programstyrene Vitenskapelig ansatte	Kontinuerlig
<b>Delmål 2:</b> Gjøre KMD og KMDs studieportefølje kjent og attraktiv for lærere, rådgivere og rektorer gjennom aktiv relasjonsbygging.	Deltagelse i fagnettverk i den videregående skole <b>og fagskoler</b> for målrettet informasjon til relevante skolemiljøer.	Instituttene v/instituttleder	Kontinuerlig
	Planlegge presentasjoner til Faglig-pedagogisk dag på innspill fra spesifikke fagmiljøer i den videregående skole.	Fakultetet v/kommunikasjon og utdanning Instituttene v/programstyrene	Årlig
	Invitere lærere i videregående skoler, folkehøgskoler, fagskoler, forskoler til å delta på faglige seminarer ved KMD.	Instituttet v/instituttleder Vitenskapelig ansatte	Kontinuerlig.

**B. REKRUTTERING GJENNOM INFORMASJON OG KOMMUNIKASJON**

<b>Delmål</b>	<b>Hovedaktiviteter</b>	<b>Ansvarlig</b>	<b>Tidsrom</b>
<b>Delmål 1:</b> Gjøre kjent hvilke studier KMD tilbyr og motivere potensielle søkere til å søke mer informasjon.	<p>Benytte relevante kanaler og arenaer slik at informasjon om studieaktiviteter når ut til potensielle søkere.</p> <p>Utvikle plan for arbeid med KMDs arrangementskalender med interne og eksterne arrangementer som rekrutteringsverktøy.</p> <p>Måltrettet informasjon til videregående skoler, folkehøgskoler, fagskoler, forskoler for spesifikk informasjon om studietilbudet ved fakultetet.</p>	Fakultetet v/kommunikasjon	Kontinuerlig
<b>Delmål 2:</b> Utvikle nettsidene slik at disse motiverer til å søke.	<p>Markedsføring av publikumsrettede aktiviteter og rapportering av disse.</p> <p>Optimalisere treff på studiene i søkemotorer</p> <p>Utforme studie-, søknads- og opptaksinformasjon til nettsidene slik at den fremstår som innbydende og informativ.</p> <p>Utvikle en løsning for presentasjon av studentarbeider på en dynamisk måte på nettsiden.</p> <p>Bruk av fortellinger fra hverdagen til stipendiater, alumni og brukere til å skissere mulighetene for et profesjonelt virke etter studiene.</p>	Fakultetet v/kommunikasjon og utdanning	Kontinuerlig

**C. REKRUTTERING GJENNOM SELVPRESENTASJON OG UTADRETTET FAGLIG AKTIVITET**

<b>Delmål</b>	<b>Hovedaktiviteter</b>	<b>Ansvarlig</b>	<b>Tidsrom</b>
<b>Delmål 1:</b> 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>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/instituttleder</p>	Kontinuerlig
<b>Delmål 2:</b> 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>Jevnlig oppfordre studenter, stipendiater og alumni til å fortelle om studiemiljø, hverdagen på studiene og mulighetene etter studiene.</p>	<p>Vitenskapelig ansatte</p> <p>Instituttene v/ programstyrene KSU</p>	Kontinuerlig

## D. REKRUTTERING GJENNOM OPPTAKSPROSESSENE

Delmål	Hovedaktiviteter	Ansvarlig	Tidsrom
<p><b>Delmål 1:</b> Gi søkerne et godt inntrykk av fakultetet som studiested gjennom en positiv opplevelse av opptaksprosessene</p>	<p>Publisere og sende ut klar og entydlig informasjon i forkant av opptaksprosessene.</p> <p>Utforme og tilgjengeliggjøre klar og entydlig informasjon om forløpet i opptaksprøvene med vekt på hvem og hvor søkerne skal møte.</p> <p>Rekruttere studentrepresentanter som sosiale ambassadører til omvisninger, til å svare på spørsmål, være tilgjengelige for søkerne og skape en atmosfære av trygghet.</p> <p>Samordne informasjon og avklare roller mellom administrasjon og faglige representanter gjennom jevnlig møtepunkter og tydelige mandater.</p>	<p>Fakultetet v/Utdanning</p> <p>Fakultetet v/Utdanning</p> <p>Fakultetet v/Utdanning Instituttene v/programstyrene KSU v/leder</p> <p>Fakultetet v/Kommunikasjon Instituttet v/instituttleder</p>	<p>Årlig</p>
<p><b>Delmål 2:</b> Sikre at søkere med tilbud begynner på studiene ved fakultetet.</p>	<p>Følge opp i etterkant av opptaket med tilbakemeldinger, undersøkelser og evaluering.</p> <p>Sende ut informasjon om kommende aktiviteter nye studenter skal være med på.</p> <p>Koordinere tidspunkt for utsendelse av tilbud om studieplass med andre konkurrerende institusjoner.</p>	<p>Fakultetet v/utdanning</p> <p>Instituttet v/instituttleder Fakultetet v/utdanning</p> <p>Fakultetet v/utdanning</p>	<p>Umiddelbart etter at tilbud er gitt</p> <p>Årlig</p>



