



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

**Styresak:**

**Møtedato:**

**Dato:**

**Arkivsaksnr:**

---

## Studentrekruttering – plan for våren 2023

---

### Bakgrunn

Det vises til de årlige prosessene med rekrutteringsarbeid og studentopptak til studieprogram ved KMD. Fakultetsstyret informeres årlig om planer for rekrutteringsarbeidet for innværende semester. SU-KMD behandlet saken sist i møtet 12.januar (sak SU-KMD 01/23).

Erfaring med rekruttering høsten 2022 viser blant annet til tidligere SU-KMD sak 24/22 og orienteringssak til fakultetsstyret [14/22 f](#)) om planlagt rekrutteringsaktivitet mot opptak høsten 2023.

### Til saken

Utøvende musikk med søknadsfrist 15.desember har gjennomført målrettet rekrutteringsarbeid i form av skoleturneer hvor studenter fra studieretningene klassisk og jazz blant annet holdt konserter ved Sund, Trøndertun og Toneheim folkehøgskoler. De andre programmene følger oppsatte planer med prioriteringer i ihht sak 14/22 f).

En utfordring har vært budsjettsituasjonen og ansvarsfordeling mellom institutt- og fakultetsnivået. Det ble i høst tilført 100 000,- til rekrutteringsarbeidet fra fakultetet til instituttene, etter at instituttene utarbeidet prioriterte forslag til rekrutteringstiltak med kostnadsrammer.

Kommunikasjonsgruppen har utarbeidet en plan for rekrutteringstiltak i form av annonsering og tilstedeværelse på nettsider/sosiale medier (vedlegg 1). Det er i tillegg ansatt syv studentambassadører som vil fronte KMD sine aktiviteter i sosiale medier.

Vi erfarer at søkertallet til våre studier så langt er relativt stabile også innværende år. Vi avventer mulige konsekvenser av regjeringens varslede innføring av studieavgift for søkere fra land utenfor EU/EØS, særlig for masterprogrammene i kunst og design der en stor andel av studentmassen pr i dag er rekruttert fra slike land.

Våren 2023 går vi tilbake til fysisk oppmøte ved alle opptaksprøver. I fagrådet for utøvende musikk (FUM) ble det besluttet å videreføre ordningen med en første digital kvalifiseringsrunde.

### Videre oppfølging

SU-KMD minner om betydningen av fagpersonalets bevisste rekrutteringsarbeid i møte med publikum og andre relevante miljøer (jf KMDs handlingsplan for studentrekruttering). SU-KMD ba om at det skulle utarbeides et tydelig årshjul for rekrutteringsarbeidet slik at instituttene, programstyrene og administrasjonen kan starte planleggingsprosessen i god tid. Dette gjelder både kortsiktige tiltak, og ev langsiktige tiltak som programstyrene er bedt om å utarbeide (SU-KMD 24/22).

SU-KMD har tidligere anbefalt at KMD bør utforme en overordnet kommunikasjonsstrategi, der også rekrutteringsarbeid vektet med tilhørende budsjettfordeling. Dette kan gi tydeligere rammer for arbeidet med studentrekruttering til de enkelte studieprogrammene.

Frode Thorsen  
Dekan

Vedlegg:  
Kommunikasjonsgruppens hovedtiltak knyttet til søknadsfrister/opptak

Saksbehandler: HDa, EKv, HSk

# Kommunikasjonsgruppens hovedtiltak knyttet til søknadsfrister/opptak

Kommunikasjonsgruppen gjennomfører hvert år et fast opplegg knyttet til opptak og søknadsfrister, som består av:

- annonsering i tidsskrift (papir eller digitalt)
- annonsering og sponsede innlegg på Facebook og Instagram
- publisering av nyhetssak om søknadsfrister på nettsidene våre
- generell økt aktivitet på nett og sosiale medier knyttet til de fagområdene som har søknadsfrist.

I denne omgang er det kun utøvende musikk som har tilbakelagt sin søknadsfrist og hvor denne prosessen er fullført for opptaket 2023/24. Neste på listen er master for kunst og design, som har søknadsfrist 1. februar. Alle de andre har fellesfrist 15. april.

Selv etter søknadsfristene er tilbakelagt opprettholder vi mye av aktivitetene da vi tenker at rekrutteringsprosessen ikke er ferdig før søker har takket ja til studietilbud og møtt opp til første studiedag ved semesterstarten i august.

Her følger en kort oversikt over de viktigste tiltakene vi gjennomførte høsten 2022

## UTØVENDE MUSIKK MED SØKNADSRIST 15.DESEMBER:

### Annonsering i Ballade

Fast, årlig annonsering, som inneholder følgende:

**Logo** i felles toppbanner, 10 uker, oppstart september.

3 uker med **egen annonse** i formatet skyskraper 180x500 px.

6 uker med **egen annonse** i formatet knapp 180x50 px.

**Presentasjon** i Ballades oversikt over utdanningstilbud innen musikk

Samlesak på nett i forbindelse med søknadsfristen:

<https://kmd.uib.no/no/kalender/aktuelt/soknadsfrist-ga-2022>

### Økt søkelys på Griegakademiet på nettsidene våre

Høsten 2022 var det spesielt viktig å balansere inntrykket av Griegakademiet, da mye av omtalen i media har vært knyttet til behovet for nytt bygg med et sterkt søkelys på de mangelfulle og dårlige fysiske fasilitetene våre. Vi laget derfor flere saker hvor den faglige kompetansen og kvalitetene ved Griegakademiet ble løftet frem:

<https://kmd.uib.no/no/kalender/aktuelt/sinfonietta>

<https://kmd.uib.no/no/kalender/apen-forelesning/foredrag-wolfgang-plagge>

<https://kmd.uib.no/no/kalender/aktuelt/sounding-relations>

<https://kmd.uib.no/no/kalender/aktuelt/music4change>

<https://kmd.uib.no/no/kalender/aktuelt/polyfonkonferansen2022>

Vi har også gjenopptatt rutinen med publisering av månedlige konsertoversikter, i tillegg til alle enkeltarrangementene som publiseres:

[Kalender - kmd \(uib.no\)](#)

Studentaktiviteter og det sosiale studentlivet ved Griegakademiet:

Denne høsten har vi ansatt 7 studentambassadører som har ansvar for å tipse, utvikle og lage innhold til våre sosiale kanaler, spesielt TokTok og Instagram.

Våre 3 studentambassadører fra Griegakademiet har denne høsten laget mye innhold hvor det sosiale studentlivet på GA har blitt løftet frem. Vi har hatt stories bl.a fra studentenes julebord, konserter, øvinger, undervisning, eksamensinnsjutt, prosjektuker og felles frokoster i kantinen.

Sponsede innlegg på Facebook og Instagram

Vi har de siste årene sponset en rekrutteringsfilm hvor faglig ansatte presenterer studier på utøvende: [\(7\) Facebook](#)

I tillegg har vi hatt andre, mindre snutter som har blitt fremmet både i stories og som innlegg på Insta og Facebook. Vi har målrettet sponsingen på de ulike innleggene og valgt målgruppe ut fra ulike kriterier som alder, interesser, geografi mm. Dette medfører blant annet at mange av våre kollegaer IKKE får dette innholdet opp i sin feed på sosiale medier, da de fleste av oss ikke er del av vår målgruppe.

## MASTER DESIGN OG KUNST MED SØKNADSRIST 1. FEBRUAR

Annonsering i Kunstkritikk

[Kunstkritikk – Nordisk kunsttidsskrift](#)

Sak på nett om søknadsfristen med lenker til masterutstillingene 2022

<https://kmd.uib.no/no/kalender/aktuelt/soknadsfrist-master-2023>

Sosiale medier og innblikk i studiehverdag

[Faculty of Art, Music & Design \(@kmdbergen\) • Instagram photos and videos](#)

[Faculty of Art, Music & Design \(@kmdbergen\) • Instagram photos and videos](#)

[Faculty of Art, Music & Design \(@kmdbergen\) • Instagram photos and videos](#)

[Faculty of Art, Music & Design \(@kmdbergen\) • Instagram photos and videos](#)