

KULKOM – veien videre

Mål for perioden 2016 – 2018

For å tenke strategisk rundt organiseringen av KULKOM som et attraktivt studieprogram brukes her det jeg kaller Studentreisen: Fra studenten bestemmer seg for studieprogram til studenten er ute i arbeidslive (inspirert av begrepet kundereisen eller brukerreisen som brukers i markedsføring og informasjonsarbeid).

For å gi studentene et godt studietilbud kan det være hensiktsmessig å se hele studentreisen under ett.

I planen er det lagt vekt på sentrale råd fra den periodiske evalueringen fra 2013, samt momenter fra SV's årsplan for 2016-2018 der lærings- og arbeidsmiljø er hovedprioritet for 2016.

Mål for KULKOM som et attraktivt studiested for potensielle søkere

Effekter vi ønsker:

Skape engasjement rundt programmet og gi potensielle studenter et realistisk bilde av KULKOM som studieprogram. Vekke nysgjerrighet blant videregående elever og engasjere dem til å søke mer informasjon om studie og spre sitt engasjement til jevnaldrende.

Resultatmål :

Øke søkertallene til programmene, særlig førsteprioritets-søkere.

Metode:

- Produsere egen rekrutteringsfilm i 2016 som spres vha sosiale medier
- Være aktive på sosiale medier (instagram og facebook), og spre informasjon om programmet til målgruppen (videregående elever).
- Vurdere egen skolebesøker, ha en proaktiv holdning.
- Besøke karrieredager på videregående skoler – sende materiale til rådgivere.

Mål for KULKOM som engasjerende studiested for eksisterende studenter

Effekter vi ønsker:

Gi studentene faglig tilhørighet til den tverrfaglige plattformen så vel som til de ulike disiplinene (fagmiljø og forskning), og øke nærhet til praksisfeltet og arbeidsmarkedet. Visualisere muligheter underveis i studieløpet gjennom gode ressursider som viser ulike spesialiseringer og masterløp samt veier ut i arbeidslivet.

Resultatmål:

Hindre frafall- Lære studentene å være strategiske gjennom studiene, utnytte undervisernes faglige tilknytning og engasjement.

Metode:

- Gi studentene en god studiestart gjennom gode faglige og sosiale opplegg og gode faddere.
- Bruke facebook-sidene til kulkom aktivt for å spre faglig materiale og relevante arrangementer. Dette forutsetter god kontakt med administrasjon og fagmiljøene ved de ulike instituttene.
- Opprettholde god kontakt med instituttene gjennom kulkoms kontaktpersoner og undervisere, samt styrke koblingen til forskning ved SV-fakultetet.
- Utfordre undervisere til å bruke aktuelle offentlige debatter og relevante diskurser i undervisningen- legge til rette for en god dialog mellom underviserne.
- Styrke kurstilbudet til studentene i akademisk skriving og litteratursøk (høsten 2016).
- Opprette instagram-konto for kulkom der studentene kan dele bilder og annet – skaper en sterkere sosial arena og tilhørighet til kulkom (våren 2016).
- Skape engasjement gjennom gode faglige artikler på nettsider og i sosiale medier- invitere til faglig debatt?
- Opprette en blogg (Tittel: Språk er makt) der studenter kan dele sine akademiske arbeid, fra emneoppgaver til bachelor- og masteroppgaver – Gir studenten øvelse i å skrive korte oppsummeringer av akademiske arbeid og publisere disse med link til hele oppgaven (våren2017).
- Arrangere KULKOM-DAGEN 2016 – et heldagsarrangement for alle generasjoner av kulkomere og alle som er faglig involvert i programmet (høsten 2016, begynne planlegging vår 16)
- Jobbe for å bedre oppbygningen på de ulike fordypningene der det er nødvendig (arbeidet er i gang høsten 2015, endret løp i psykologi og sosial antropologi). Sikre god progresjon i alle studieløp.
- Publisere flere karriereintervjuer (i arbeid høsten 2015)
- Publisere KULKOMs jobbskygge-side (under arbeid, venter på presentasjoner fra skyggevertene).
- Fortsette arbeidet med profilering og utvikling av KULKOM1001 som et godt introduksjonsemne.
- Oppdatere og ta aktivt i bruk notatet: Hva kan en kulkom'er?
- Lage en egen ABS for kulkom studenter med link til gode ressursider og gode tips i studiehverdagen.

Mål for KULKOM som attraktiv utdanning for arbeidsgivere

Effekten vi ønsker:

Gi studentene de verktøyene de trenger for å orientere seg i arbeidsmarkedet og finne sin identitet som arbeidssøker. Skape selvtillit blant studentene rundt egen utdanning og muligheten de har til å finne sin drømmejobb.

Resultatmål:

Studentene skal komme raskt ut i relevant jobb.

Metode:

- Øke nærhet til praksisfeltet gjennom kontakt med aktører fra arbeidsmarkedet underveis i studie. For eksempel gjennom praksismulighet i KULKOM3090 (dette jobber vi med høsten 2015) og besøk fra sentrale aktører i sentrale bransjer allerede i KULKOM1001 eller KULKOM3090.
- Jobbe for at kulkom-ernene generelt skal være yrkesrelevante og gi studentene et kontaktnett allerede under studiene.
- Gode ressursider for mulige mastergrader (våren 2016)
- Gode karriereintervjuer som gir studentene et bredt bilde på hva som finnes av muligheter
- En oversikt over hva tidligere kulkom'ere gjør i dag (under arbeid vinter 2016).
- Utnytte jobbskyggeordningen der kulkom-studenter får være med tidligere studenter på jobb, og se på mulighet for faglig samarbeid mellom student og skyggevert (evt for bacheloroppgave-tema).
- Skape og videreføre gode plattformer for alumni – invitere tidligere studenter på arrangementer. Første treff er 11. mars, deretter blir det treff for 3. års studentene i mai/juni 2016.

Ulike kanaler for å nå ut til studenter

- Programmenes egne nettsider
- Instituttets nettsider
- Instituttets facebook-side
- Programmenes egne facebook-sider
- E-post

Sosiale medier som kanal – hvordan nå ut til målgruppen?

I følge tall fra TNS-gallup for 2014 bruker 92 prosent av unge under 30 år facebook daglig.

Facebook brukes av de unge til å holde seg oppdatert på nyheter og aktuelle saker. De fleste forskningsinstitutter som for eksempel ISF, Fafo, og NIBR bruker facebook aktivt for å nå ut. Det ligger altså et stort potensiale her.

Det er ulike metoder for å nå ut til de vi ønsker på facebook.

Betalte kampanjer

En metode er via kampanjer der vi betaler en sum til facebook for at annonser (f eks med en tekst og bilde/film, med link til våre sider) spres på profilen til en ønsket målgruppe). Metoden kan fungere godt til å spre eventuelle filmer som produseres.

Organisk spredning

En annen metode er at alle studenter og interesserte ansatte oppfordres til å dele kulkoms egen side og ber sine venner dele og like siden. Da oppnår vi det som kalles organisk spredning. Facebook bruker en algoritme som kort sagt reagerer positivt på antall «liker» og delinger. Jo flere «liker» og delinger man gjør fra en side, jo flere oppdateringer på samme tema vil du få til din «vegg».

Budsjett

Vi søker i januar 2016 på midler til rekrutteringsfilm.

Videre skal vi søke om midler til å arrangere en kulkom-dag i 2016.

Alumni kan søke om egne midler i 2016.

Til slutt: Ved å utnytte engasjementet blant studenten ,og på våre samarbeidsinstitutt, gjennom en tett dialog og godt samarbeid, kan vi gjennomføre gode tiltak uten bruk av store økonomiske ressurser.

Marianne Almbakk

11.11.2015, oppdatert 19.01.2016