

Karlstads universitets studentrekryteringsstrategi

Bakgrund

Karlstads universitet har en akademisk miljö som präglas av nyfikenhet, mod, tillit och en välkomnande närhet. Universitetet har under åren 2019–2023 som strategiskt mål att stärka sin attraktionskraft bland nuvarande och framtida studenter. Målet innebär att universitetet ska erbjuda attraktiva utbildningar samt utveckla en strategi för att rekrytera studenter till utbildningarna¹. Enligt rektorsbeslut ansvarar kommunikationsavdelningen för utformning och implementering av strategi, organisation samt handlingsplaner för universitetets centrala studentrekrytering².

Syfte

Grunden för ett bra studentrekryteringsarbete är att universitetet erbjuder kvalitativa utbildningar och har nöjda studenter. Förutom att studentrekrytering sker via bland annat marknadsföring, olika event och externt riktad kommunikation så sker den även internt, exempelvis i mötet mellan personal-student samt student-student. Studentrekrytering är således en angelägenhet för hela Karlstads universitet.

I detta dokument beskrivs strategiska mål, målgrupper samt viktiga aktiviteter och resurser för studentrekryteringsarbetet. Strategin ska ses som en vägledning med betoning på samordning och den utgör ett stöd för de funktioner som på olika sätt är delaktiga i arbetet med att rekrytera nya studenter till universitetet. Strategin syftar dessutom till att lägga en grund för samarbete och transparens i universitetets studentrekryteringsarbete. På så vis skapas legitimitet, effektivitet samt ett hållbart nyttjande av såväl mänskliga som ekonomiska resurser.

Koppling till andra strategier och uppdrag

Implementeringen av studentrekryteringsstrategin sker i samklang med varumärkes-, webb- respektive sociala medier-strategierna. Utformning och implementering av studentrekryteringsstrategin ska även spegla följande mål som beskrivs i universitetets *Vision och strategi 2030*;

- Tillsammans med våra studenter har vi en väl fungerande utbildningsmiljö
- Vår pedagogik är framstående och stöds av funktionella verktyg
- Karlstads universitet har ett relevant program- och kursutbud med mycket hög kvalitet
- Samverkan med arbetslivet är utmärkande för våra yrkesutbildningar
- När studenterna har avslutat sina studier är de attraktiva på arbetsmarknaden

Likväl ska insatser utifrån studentrekryteringsstrategin synkroniseras med uppdragen för breddad rekrytering och livslångt lärande.

¹ Rektorsbeslut Dnr 2018/313

² Rektorsbeslut Dnr 2020/827

Beslut:	46/22	Dnr:	C2022/320	Ersätter:	-	Dnr:	-
Giltighet fr.o.m:	2022-03-14	t.o.m:	Tills vidare	Handläggare:	Marie Rosenlind Nordensson		

Strategiska mål för studentrekryteringsarbetet

Karlstads universitet har följande strategiska mål för det centrala studentrekryteringsarbetet;

- Stärka Karlstads universitets attraktionskraft, både regionalt och nationellt.
- Öka kännedomen och kunskapen om Karlstads universitet.
- Öka antalet förstahandssökande till universitetets program och kurser.
- Studentrekryteringsaktiviteter kommunicerar att universitetet bedriver utbildning som stärker studenternas teoretiska kunskaper och förmåga till analys och reflektion samt leder till kvalificerad yrkeskunskap.
- Studentrekryteringsaktiviteter kommunicerar tydligt och inspirerande om utbildningars innehåll och upplägg.

Därtill ska strategin och studentrekryteringsarbetet bidra till att;

- Underlätta effektiv och hållbar samordning av universitetets studentrekryteringsaktiviteter, både mellan och över avdelnings-, institutions och fakultetsgränser.
- Tillvarata och samordna idéer, kreativitet och kunskap inom verksamheten.
- Skapa förutsättning för gemensam tonalitet samt en tydlig och enhetlig avsändare.
- Kommunicera universitetets samhällsengagemang och arbete med hållbarhetsfrågor.

Centrala respektive lokala strategiska mål

Ovan nämnda strategiska mål gäller för universitetets centrala studentrekrytering och utgår ifrån universitetets övergripande behov av rekrytering av studenter.

Därutöver kan fakulteterna och lärarutbildningen formulera egna, lokala, strategiska mål som utgår ifrån respektive verksamhets område, målgrupper, behov och utmaningar. Genom lokala strategiska mål möjliggörs en flexibilitet och förmåga att fånga upp och bemöta särskilda behov av riktade insatser.

Handlingsplaner för studentrekryteringsaktiviteter

Utifrån de centrala strategiska målen utformas en handlingsplan för de övergripande studentrekryteringsaktiviteterna vilka genomförs på centrala initiativ. Fakulteterna och lärarutbildningen formulerar lokala handlingsplaner utifrån respektive lokala strategiska mål. Särskilda insatser, till exempel riktade mot specifika program kan initieras både centralt och via fakulteterna och lärarutbildningen. Lokala handlingsplaner ger en kreativ frihet för studentrekryteringsaktiviteter, emellertid bör hänsyn tas till såväl varumärke som policyn för grafisk profil.

Både den övergripande handlingsplanen samt de lokala handlingsplanerna uppdateras årligen och ska sammanställa de planerade insatserna inom respektive verksamhet. Handlingsplanerna kan dock revideras löpande utifrån behov och rekryteringsmöjligheter som kan uppstå med kort varsel. Handlingsplanerna möjliggör även för ett gemensamt arbetssätt samt en kontinuerlig diskussion kring styrkor och svagheter, utvecklingsområden, trender, positionering, hot och möjligheter inom studentrekryteringen. Ytterligare ett syfte med att formulera handlingsplaner är att dessa ska kunna användas för att utvärdera rekryteringsaktiviteter.

Exempel på handlingsplaner som tillämpas;

- Centrala studentrekryteringsaktiviteter.

- Marknadsföring av universitetets distansutbildningar.
- Rekryteringsaktiviteter med fokus på avancerade program (exempel lokal handlingsplan)

Målgrupper

Det är strategiskt viktigt att attrahera förstahandssökande som aktivt väljer att studera just på Karlstads universitet, då det höjer kvaliteten på utbildningarna. Framgångsrik studentrekrytering är tätt sammanlänkad med en god kunskap om målgruppers behov, vanor och intressen samt rådande samhällstrender. Således ska löpande målgruppsanalyser genomföras för att planera och anpassa rekryteringsaktiviteter, kommunikation, kampanjarbete och övrig marknadsföring utifrån respektive målgrupps preferenser och beteenden.

På Karlstads universitet genomförs målgruppsanalyser både internt och externt. Exempel på interna målgruppsanalyser är dels den kunskap som programledare och fakultetspersonal har om sina programstudenter och dels den omvärldsbevakning som kommunikationsavdelningen utför löpande i sitt arbete. Statistik om antagna studenter vid Karlstads universitet ger även en uppfattning om till exempel åldersfördelning, könsfördelning, geografisk härkomst och genomströmning på de olika utbildningarna.

Exempel på externa målgruppsanalyser är Ungdomsbarometerns årliga och rikstäckande målgruppsundersökningar, Livslångt lärande-rapporten, Svenskarna och internet, Universum talent Research samt Userneeds.

Universitetets övergripande målgrupper

Universitetets centrala rekryteringsaktiviteter vänder sig till följande målgrupper:

- **16–25-åringar med inriktning studentliv**
Traditionellt sett den primära målgruppen för universitetets centrala studentrekrytering.
- **25–60-åringar med inriktning yrkesliv (Det livslånga lärandet)**
Ett livslångt lärande har fått en allt större relevans i takt med snabb teknik- och samhällsutveckling samt ökad konkurrens, både nationellt och globalt. Livslångt lärande innebär både möjligheter till lärande genom hela livet och ett breddat deltagande i olika former av utbildning.
- **Breddad rekrytering**
Genom rekryteringsaktiviteter attrahera presumtiva studenter som står längre ifrån högre studier på grund av till exempel socioekonomiska eller geografiska faktorer, funktionsnedsättning, trosuppfattning eller sexuell läggning.
- **Personer som kan påverka den primära målgruppen;** familjemedlemmar, kompisar, lärare, studievägledare och opinionsbildare/influencers.
- **Barn i grundskoleålder**
Genom olika aktiviteter introducera universitetet och högre utbildning för barn i grundskolan.

Inkludering och representation

Det är viktigt att arbeta mot samtliga målgrupper för att få en bredd inom studentrekryteringen och för att Karlstads universitet ska bli ett förstahandsval, oavsett när i livet personen väljer att börja studera eller vilken kulturell eller social bakgrund personen har. Det är angeläget att beakta hur de olika målgrupperna representeras i val av kommunikationskanaler, bilder et cetera. Därtill bör nämnas att alla målgrupper inte kan inkluderas i alla aktiviteter.

Planerade och systematiska rekryteringsåtgärder, för att nå ovan presenterade målgrupper, beskrivs närmare i centrala respektive lokala handlingsplaner. Utifrån lokala strategiska mål kan målgrupper se olika ut beroende på fakultet, program och kurs. I de fallen beskrivs målgrupperna i de lokala handlingsplanerna.

Geografiskt målgruppsområde

Karlstads universitet har Mellansverige som primärt målgruppsområde och arbetar även för att rekrytera studenter från hela Sverige.

Det geografiska målgruppsområdet breddas när det gäller universitetets distansutbildningar.

Resurser i studentrekryteringsarbetet

Följande funktioner och roller inom Karlstads universitet är identifierade som viktiga resurser i arbetet med studentrekrytering:

- Kommunikationsavdelningen
- Studentrekryteringsansvarig på HNT-fakulteten
- Programledare
- Samverkanskoordinatorer
- Studie- och karriärvägledare
- Studentambassadörer
- Studentkåren

Studentrekryteringsgrupp

För att möjliggöra en tydlig och effektiv samarbetsyta för arbetet med studentrekrytering finns en studentrekryteringsgrupp på Karlstads universitet³. I gruppen ingår studentrekryteringsansvarig och kommunikatörer från kommunikationsavdelningen samt företrädare för fakulteterna, lärarutbildningen samt studentkåren.

Studentrekryteringsgruppens uppgift är att skapa en helhetssyn kring studentrekryteringsarbetet vid universitetet så att insatser, som exempelvis lärosäteskampanjen, ska kunna maximera sin effekt och att ett enskilt program kan ta stöd i hela universitetets studentrekryteringsarbete. Studentrekryteringsgruppens arbete ska säkerställa eventuella behov av samordning och prioritering av aktiviteter, kampanjer et cetera samt att det finns tydliga mål och effektmål för de aktiviteter som genomförs. Gruppen diskuterar även eventuella konceptplattformar utifrån kampanjer för att på så vis försäkra att webbinnehåll, annonsering, personliga möten, social media m.m. följer

³ Rektorsbeslut Dnr 2020/827

konceptplattformen. Genom gruppens arbete och samordning säkerställs ett sammanhållet varumärke samt att Karlstads universitets mål och vision tillämpas.

Gruppens deltagare informerar varandra om de studentrekryteringsaktiviteter som bedrivs på olika organisationsnivåer samt ger inspel till kommunikationsavdelningens arbete med att utveckla centrala studentrekryteringsinsatser. I studentrekryteringsgruppen förankras lärosätets gemensamma marknadsföringskampanjer, mässor och eventuella behov av riktade insatser för program och utbildningsområden identifieras.

De kommunikatörer som arbetar med marknadsföring på fakulteterna och lärarutbildningen ingår i gruppen. Kommunikatörerna informerar fakultetsledningen om hur arbetet med studentrekryteringen fortlöper, förmedlar möjligheter inom området, fångar upp särskilda behov av riktade insatser och genomför nischade insatser i begränsad omfattning.

Karlstads studentkår ges möjlighet att ingå med en representant i gruppen i syfte att tillgängliggöra studentperspektivet.

Studentrekryteringsarbetet

Studentrekryteringsarbetet vid Karlstads universitet kan grovt beskrivas som indelat i två områden. Det ena området är ett gemensamt och övergripande arbete som innehåller mässor, studiebesök, gymnasiebesök och traditionell annonsbaserad marknadsföring av lärosätet och hela dess utbud i samband med ansökningsomgångar. Det här arbetet koordineras och genomförs av kommunikationsavdelningen i samarbete med fakulteterna och lärarutbildningen.

Det andra området består av aktiviteter som genomförs av en programutbildning, institution eller fakultet med syftet att väcka intresse för högre utbildning, oftast inriktat på ett smalare utbildningsfält än hela lärosätet. Båda områdena är viktiga ur ett studentrekryteringsperspektiv och bör samordnas och förhålla sig till varandra för bästa möjliga effekt.

Studentrekryteringsgruppen har avstämningar två gånger per år, en träff på hösten och en träff på våren. Under avstämningarna diskuteras aktuella rekryteringsinsatser, behov av särskilda aktiviteter samt hur planeringen ser ut avseende aktiviteter kommande termin. Vid behov kan gruppen utökas med funktioner som berörs av och/eller involveras i olika rekryteringsaktiviteter. Likväl kan gruppen mötas och arbeta i mindre konstellationer när behov föreligger.

Centralt studentrekryteringsansvarig är sammankallande för studentrekryteringsgruppen.

Viktiga kanaler och aktiviteter i studentrekryteringsarbetet

Studentrekryteringen sker via flera olika kanaler. En del kanaler är permanenta och används löpande i arbetet medan andra kanaler används vid riktade insatser eller tillfälliga kampanjer.

Exempel på kanaler som är viktiga för studentrekryteringen är;

- Kau.se (programsidor, redaktionellt innehåll m.m.)

- Kampanjannonsering
- Nationella utbildningsmässor, regionala/lokala skolmässor och gymnasieresor
- Kau-dagarna
- Sociala medier
- Nuvarande studenter på program och kurser
- Studievägledare på gymnasie- och grundskolor (främst regionalt men även nationellt)
- Personal vid Karlstads universitet
- Pressreleaser och forskningsnyheter
- Alumnistudenter/alumninätverk
- Aktiviteter, tävlingar, studiebesök, samarbeten med skolor i regionen

Giltighetstid

Strategin är giltig i tre år från beslutsdatum.

Strategin ska utvärderas i sin helhet efter 12 månader för att kommunikationschefen ska kunna fatta beslut om den bör kompletteras eller omarbetas. Centralt studentrekryteringsansvarig initierar denna utvärdering, som genomförs tillsammans med studentrekryteringsgruppen.