

Självvärdering inför audit av område "Studentrekrytering" vid Högskolan i Borås.

Beskrivning av området "Studentrekrytering" (SR)

Organisatoriskt återfinns SR inom högskolans Verksamhetsstöd och där inom avdelningen Kommunikation. En arbetsgrupp finns inom avdelningen bestående av:

- biträdande kommunikationschef som är ansvarig för området,
- en kommunikatör vars huvudsakliga arbetsuppgifter återfinns inom SR,
- en webbspecialist som är ansvarig för hb.se/utbildning (webbsidor med fokus på studentrekrytering)
- samt fyra akademikommunikatörer som ansvarar för kontakten mot akademierna och kärnverksamheten, bland annat de utbildningsansvariga.

Arbetsgruppen träffas regelbundet varje vecka. En årscykel finns till stöd för arbetet där de händelser som påverkar SR listas samt större aktiviteter inom SR under året.

Arbetet inom SR pågår hela året, då även efterrekrytering av studenter till utbildningar som har lediga platser är resurskrävande. Tillsammans med högskolans reklambyrå Brainforest tas en kommunikationsplattform fram varje år. Denna plattform skapar en röd tråd för bland annat kampanjmaterial, mässmonter, utbildningskatalog och webbsidor.

Varje höst erbjuds representanter från samtliga sektioner möten med rekryteringsgruppen för att fånga upp särskilda behov inom SR. Utöver dessa sker även möten vid behov under hela året.

En grupp studentambassadörer ingår också i SR. Deras huvudsakliga arbetsuppgift är möten med presumtiva studenter som sker på mässor, skolbesök samt högskolans öppet hus.

Stora delar av arbetet med SR bedrivs i sociala medier.

Vad styr studentrekrytering på Högskolan i Borås?

Utöver de lagar och regler som styr statliga högskolor och universitet är följande dokument vägledande för SR.

- *ROB – Rektors organisations- och beslutsordning*
- *Tidsplan för utbildningsutbud*
- *Varumärkeshandbok, kommunikationsstrategi och kommunikationspolicy*
- *Grafisk profil*
- *Skrivregler (generella samt med fokus på jämställdhet)*
- *SUHF:s etiska riktlinjer vid studentrekrytering*

- *Regeringens utvecklingsprogram för jämställdhetsintegrering i myndigheter*
- *Verksamhetsplan för Avdelningen Kommunikation*

I avdelningens verksamhetsplan finns särskilt prioriterade områden som rör området SR.

Utveckling

Arbetsgruppen jobbar kontinuerligt med omvärldsbevakning, gör studiebesök på andra lärosäten samt kompetensutvecklar sig inom nya kanaler (ex. rörlig bild). Den reklambyrå som högskolan anlitar har fått en genomgång om vad det innebär att arbeta med jämställdhetsintegrering. Sedan juni 2018 har en fokusgrupp satts samman, som består av 13 ungdomar som antingen tog examen från gymnasiet juni 2018 eller som påbörjar sitt tredje år på gymnasiet hösten 2018. Syftet med fokusgruppen är att kunna testa idéer, ställa frågor och hämta inspiration från unga människor.

Ungdomsbarometern är ett analysföretag som varje år tar fram en rapport om ungas vanor och studieintresse. Denna rapport används inom SR samt delges högskolans ledning. Rapporten ligger till grund för att utveckla SR.

Tidigare uppföljning

Varje år efter sista ansökningsdag till höstterminen görs sammanställning av kampanjens resultat av reklambyrån. Utöver denna sammanställning görs en kvalitativ undersökning på stan i Borås och Göteborg under kampanjens sista vecka, för att fånga upp hur kampanjen mottagits av målgruppen. 2018 gjordes en extra uppföljning i form av intervjuer med dem som inte valt Högskolan i Borås i första hand.

Styrkor och förbättringsområden

Styrkor: Processen med uppstart av studentrekryteringsarbetet inför höstterminen har tidigare lagts. Utöver större utvärderingar görs vid behov PMI (en kort utvärdering där man listar vad som var bra (P), vad som behöver förbättras (M) samt det som är intressant (I)). Arbetsgruppen som träffas varje vecka bidrar till större kännedom om SR, både inom avdelningen men också i kärnverksamheten, då akademikommunikatörerna tar med sig information till respektive akademi. Tillsammans med högskolans forskningskommunikatör planeras event där en ung målgrupp möter forskare, till exempel Forskarfredag och Nobelevetet. Vid behov kan övriga medarbetare vid avdelningen stötta inom SR, vid de fall arbetet kräver extra resurser.

Förbättringsområden: En strategi för sociala medier skulle stärka arbetet. Avdelningen Kommunikation arbetar inte i tillräcklig utsträckning med studentrekrytering mot de lägre åldrarna (8-18 år). Dialogerna med akademierna kan utvecklas. Tydligare mål för SR från ledningen. Säkerställa att avdelningen Kommunikation får information om uppdateringar som rör utbildningar i god tid, ex. namnbyten.