

LOOK UP



STUDY IN
NORWAY.

Innmobilitet og utenlandsprofilering.

Hanne Alver Krum
16. oktober 2009

EUROPA.

- Målet for Bologna-prosessen er å skape ”the European Higher Education Area (EHEA)” innen 2010.
 - Lisboa-strategien fastslår at EU skal bli verdens ledende kunnskapsbaserte region innen 2010. Danner bakteppet for alle utdanningspolitiske tiltak fra EUs side
 - Erasmus Mundus er et viktig instrument i den eksterne dimensjonen av strategien og karakteriseres som “EU's programme for worldwide academic cooperation”
 - “Enhancing the attractiveness and visibility of European higher education worldwide and promoting mobility between Europe and third countries”
-

ERASMUS MUNDUS.

- Erasmus Mundus er det viktigste enkelttiltaket for å gjøre Europa mer attraktivt for internasjonale studenter.
 - Programmet basert på analyser som viser at mobile studenter fra tredjeland i økende grad ville reise til andre deler av verden for å få utdanning.
 - Skal bidra til en mer enhetlig struktur i europeisk høyere utdanning (jf. Bologna-prosessen)
 - Skal øke kvaliteten, og dermed statusen, på europeiske utdanningstilbud
-



Study in Europe

English (en)

Why study in Europe? Courses and Programmes European Higher Education Application Guide Living in Europe

SEARCH

Welcome to Study in Europe

Welcome to Study in Europe

There are more than four thousand higher education institutions in Europe, from top-level research establishments to small, teaching-focused colleges. Europe itself is no less diverse, extending from the Arctic Circle to the coast of Africa, where tiny principalities sit side-by-side with many of the world's leading economies.

A fascinating destination, but which country should you go to? Which university should you choose? What do you need before you leave? What will happen when you arrive? These are just some of the questions you're probably asking yourself already.

Study in Europe is here to help. We provide up-to-date information on [thirty-two European countries](#), their universities and what it takes to live and study in them.

Use **Study in Europe** to find the university that suits you best. A well-informed decision will make your time abroad even more valuable.

EVENTS

SCHOLARSHIPS

TESTIMONIALS

"Pour moi, avoir la chance de travailler à un programme d'étude en Europe est une expérience nouvelle..."

Khalid (Marecco), studied in Denmark, France and Italy

GLOSSARY

Study in Europe

Media downloads

iveness of European
of the world. The
erty of the European

ects:

ducation institutions

NORDEN.

- Stärkning av samarbetet inom högre utbildning skall öka kontakten mellan nordiska läroanstalter och lyfta **Norden som en attraktiv studieort.**
 - De nordiske statsministrenes sommermøte i Punkaharju Finland 2007
 - MR-U:s strategi för utbildnings- och forskningsområdet 2008-2010:
 - Norden –en ledande, dynamisk kunskaps och kompetensregion
 - **Sentrale begreper i strategiene:**
 - Nordisk merverdi
 - Globalisering
-

NORDISK PROFILERING.

- Nordisk ministerråd har igangsatt et pilotprosjekt for profilering av Norden som kunnskapsregion
 - I hvilke sammenhenger er det hensiktsmessig å profilere nordisk høyere utdanning sammen?
 - Beslattes om dette skal videreføres i EKU i desember
-

NORDIC MASTER PROGRAMME.

- Virkemiddel som skal være ”ett ledd i att förstärka nätverkssamarbetet mellan universitet og högskolor i Norden”,
 - Programmene skal tilby utdanninger som hvert land for seg ikke kan tilby (MR-U strategi 2008-2010)
 - Nordic Master Program skal sammen med andre tiltak bidra til:
 - å forsterke og profilere Norden som et felles utdanningsområde
 - konkurransefortrinn
 - å sikre at de nordiske landene hevder seg i den globale økonomiske konkurransen
 - å tiltrekke de beste nordiske og ikke-nordiske studentene
-

TRENDER.

- En dramatisk økning i antallet mobile studenter.
 - I 2004 var minst 2,5 mill. studenter i høyere utdanning utenfor hjemlandet, mot 1,75 mill. i 1999.
 - Høyere utdanning del av et globalt marked som preges av variasjon, høy verdiskapning og økende konkurranse og rekruttering.
 - Internasjonale studenter for mange land en stadig viktigere økonomisk faktor.
 - Danmark innførte skolepenger for studenter utenfor EU i 2007. Sverige og Finland har vedtatt det samme.
 - Siden 2000 er antallet utenlandske studenter i Norge doblet.
 - Over 12 000 utenlandske studenter registrert ved norske universiteter og høyskoler, mot 6100 i 2000.
-



VERDEN ER SÅ STOR, SÅ STOR.





SUKSESSFAKTOR NR.1.

- Tydelige strategiske valg.

«Hvor skal vi hen?» spurte Brumm og skyndte seg etter ham.

«Ingensteder,» sa Kristoffer Robin og så gikk de dit.



INTERNASJONAL PROFILERING.

- Aktiv internasjonal profilering av utdanningstilbudet bare delvis påbegynt i den norske UH-sektoren.
 - Profesjonalisering og bevisstgjøring.
 - Generelt mindre erfaring med å rekruttere studenter i utlandet.
 - Store forskjeller i sektoren.
 - Samtlige institusjoner tilbyr informasjonsmateriell på engelsk, både i brosjyreform og på nett. Men kvaliteten på informasjonen er varierende.
 - De engelske nettsidene er ofte lite profilerende og i liten grad målgruppeorienterte.
-

- BUT WHY?

- Mens mange land har økonomiske motiver for sin satsing mot utenlandske studenter, er ønsket om økt kvalitet Norges viktigste motivasjonsfaktor.
 - ”We genuinely believe that international students give a contribution to enhanced quality in our higher education.”
-

COOPETITION:

– konkurrenter og samarbeidspartnere.

Fordeler

- Tydelig nasjonalt brand gjør oss større og sterkere
- Begrenset kunnskap om Norge mange steder
- Muligheter for tilstedeværelse på mange flere arenaer

Ulemper

- Kan gjøre det vanskeligere å få fram individuelle USP'er
 - Hvorfor Trondheim? Buskerud? Stavanger?
 - Alt i alt: Klar vinn-vinn-situasjon!
-

ALLE SELGER DEN SAMME VAREN. UTDANNING.

- Noen kan nøye seg med å si navnet sitt. De fleste må ha noe mer å si.
- Hva gjør akkurat oss unike?
- Utgangspunkt i de nasjonale verdiene og valgene.

MEN OGSÅ:

- Hvorfor gjør vi dette?
 - Hvilke studenter ønsker vi oss?
-

DET SKAL GJØRE VONDT Å VELGE.

- Behov for institusjonelle strategier for utenlandsprofilering.
 - Hva gjør oss unike?
 - Hvilke studenter ønsker vi?
 - Hvilke land vil vi jobbe mot?
 - Ingen kan være alt for alle. Vi må velge.
 - Og vi må ta konsekvensene av at verden er i endring:
-

DE TRE PROFILERINGSNIVÅENE.

1. Norge og nasjonale verdier



- Utenriksdepartementet har ansvar for generell Norgesprofilering.

2. Det norske utdanningssystemet



- SIU har ansvar for profilering av Norge som studie- og forskningsland.

3. Lærestedet



- Institusjonene har ansvar for egen profilering.

PROFILERING AV NORGE SOM STUDIE- OG FORSKNINGSLAND.

- SIU har nasjonalt ansvar for profilering av studie- og forskningslandet Norge. Våre profileringstiltak støtter de norske institusjonene i deres arbeid med å fremme egne studie- og forskningstilbud internasjonalt.
 - Norge var tidlig ute med etablering av nasjonal merkevare og høster mye skryt.
-

PROFILERING. FRA SIUs VEDTEKTER.

- Produsere informasjon om norsk høyere utdanning på flere språk rettet mot ulike målgrupper og bistå universiteter og høyskolene med å styrke profilering og markedsføring.
 - I samarbeid med sektoren bidra til faglige kontaktfremstøt overfor potensielle samarbeidspartnere i utlandet, samt representere Norge på utdanningskonferanser og –messer i utlandet.
 - Delta i relevante internasjonale fora og organisasjoner, samt i samarbeid mellom andre lands organer med tilsvarende funksjon som SIU.
-

SIUs MÅL MED PROFILERINGSARBEIDET.

- Profilere Norge som et attraktivt studie- og forskningsland.
 - Bidra til et godt renommé for norsk utdanning og forskning.
 - Bistå universiteter og høyskoler i profileringsarbeidet.
-

LOOK UP



STUDY IN
NORWAY.

VERDIPLATTFORM

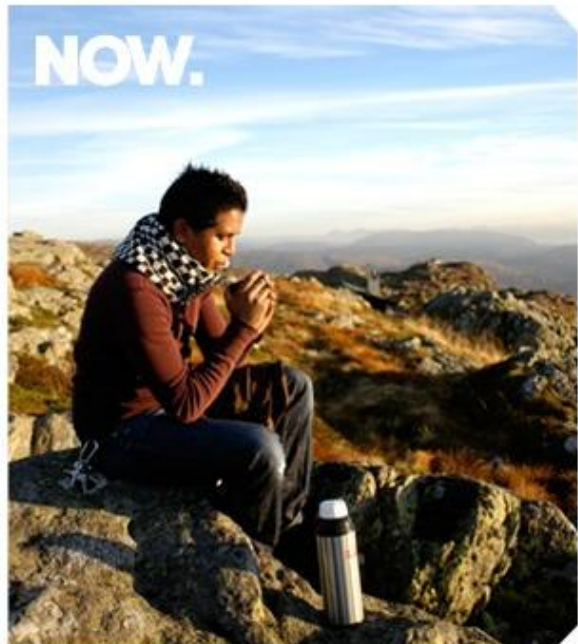
NÆRHET.
SAMHANDLING.





- Study in Norway
- Where can I study?
- What can I study?
- Masters course search
- Education system
- Tuition/Scholarships
- Norwegian language
- Living in Norway
- FAQ
- Publications
- Minifacts about Norway

- US STUDENTS.**
- ÉTUDIANTS FRANÇAIS.**
- CANADIAN STUDENTS/
ÉTUDIANTS CANADIENS.**
- DEUTSCHE STUDIERENDE.**



LOOK UP AND DISCOVER NORWAY. A GREAT PLACE TO STUDY.

Norway in Motion

Travel 1,500 kilometres through Norway in seven minutes.



Photo: Rune Werner Molnes/Innovasjon Norge

 Search

[Sitemap](#)



Centres for Research-based Innovation (CRIs)

Long-term research based on forging close alliances between research-intensive enterprises and prominent research groups.

[Read more](#)

Norwegian Centres of Excellence

Norwegian research environments devoted to long-term, basic research.

[Read more](#)



LOOK UP – STUDY IN NORWAY
WWW.STUDYINNORWAY.NO

ONLINE
MASTERGRADSKATALOG.

BROSJYRER OG MATERIELL.

NASJONAL STAND PÅ MESSER.

UNDERSØKELSER.

LOOK UP



STUDY IN
NORWAY.

ASPIRE.



INSPIRE.

