

NOKUTS tilsynsrapporter

# Kreativ markedskommunikasjon

Bachelorgradsstudium ved Campus Kristiania - Norges  
Kreative Fagskole

Mars 2012



Institusjon:	Campus Kristiania- Norges Kreative Fagskole
Studietilbud:	Kreativ markedskommunikasjon
Grad/Studiepoeng:	Bachelorgradsstudium, 180 studiepoeng
Dato for vedtak:	21.03.2012
Sakkyndige:	Førstelektor Stein Selfors, Handelshøyskolen BI
	Førsteamanuensis Terje Slåtten, Høgskolen i Lillehammer
Saksnummer:	11/384

## Forord

NOKUTs tilsyn med norsk høyere utdanning omfatter evaluering av institusjonenes interne system for kvalitetssikring av studier, akkreditering av nye, og tilsyn med etablerte studier. Universiteter og høyskoler har ulike fullmakter til å opprette studietilbud. Dersom en institusjon ønsker å opprette et studietilbud utenfor sitt fullmaktsområde, må den søke NOKUT om dette.

Herved fremlegges rapport om akkreditering av bachelorgradsstudium i kreativ markedskommunikasjon ved Campus Kristiania. Vurderingen som er nedfelt i tilsynsrapporten, er igangsatt på bakgrunn av søknad fra Campus Kristiania. Denne rapporten viser den omfattende vurderingen som er gjort for å sikre utdanningskvaliteten i det planlagte studiet.

Bachelorgradsstudium i Kreativ markedskommunikasjon ved Campus Kristiania- Norges Kreative Fagskole tilfredsstillter NOKUTs krav til utdanningskvalitet og er akkreditert i vedtak av 21.03.2012.

Vedtaket er ikke tidsbegrenset. NOKUT vil imidlertid følge opp studietilbudet gjennom et oppfølgende tilsyn etter 3 år.

Oslo, 21. mars 2012



Terje Mørland  
direktør

Alle NOKUTs vurderinger er offentlige og denne samt tilsvarende tilsynsrapporter vil være elektronisk tilgjengelige på våre nettsider [www.nokut.no](http://www.nokut.no).

## **Innhold**

<b>1</b>	<b>Informasjon om søkerinstitusjonen.....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Beskrivelse av saksgang.....</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Innledende vurdering .....</b>	<b>4</b>
<b>4</b>	<b>Faglig vurdering.....</b>	<b>5</b>
4.1	Grunnleggende forutsetninger for akkreditering .....	6
4.2	Plan for studiet.....	8
4.3	Fagmiljø tilknyttet studiet.....	17
4.4	Støttefunksjoner og infrastruktur.....	21
<b>5</b>	<b>Samlet konklusjon for den sakkyndige vurdering.....</b>	<b>22</b>
<b>6</b>	<b>Institusjonens kommentar.....</b>	<b>23</b>
<b>7</b>	<b>Sakkyndig tilleggsvurdering .....</b>	<b>27</b>
<b>8</b>	<b>Vedtak .....</b>	<b>29</b>
<b>9</b>	<b>Dokumentasjon .....</b>	<b>30</b>

## 1 Informasjon om søkerinstitusjonen

Campus Kristiania er organisert som en stiftelse, Ernst G Mortensens Stiftelse, opprettet ved donasjon fra Ernst G. Mortensens arvinger i form av et gavebrev datert 4. oktober 1976.

Campus Kristiania er faglig organisert i ulike skoler: Markedshøyskolen, Norges Kreative fagskole, NKS nettstudier, Aktiv læring, og Helsehøyskolen. Campus Kristiania har fagskoletilbud (gjennom Norges Kreative fagskole), og noen akkrediterte studietilbud innenfor høyere utdanning. Skolen tilbyr også en rekke andre kurs innenfor arbeidsmarkedsopplæring (Aktiv læring),

Som høgskole uten institusjonsakkreditering, har Campus Kristiania- Norges Kreative Fagskole ikke selvakkrediteringsfullmakt for studier i første syklus, og må søke NOKUT om dette. Høyskolens interne system for kvalitetssikring ble godkjent i 2007. Siden opprettelsen av NOKUT har Campus Kristiania fått følgende studier akkreditert:

- Mastergradsstudium i markedskunnskap (ved Markedshøyskolen), 120 studiepoeng, 2011
- Halvårshenhet i prosjektledelse, 30 studiepoeng, 2005
- Bachelorgradsstudium i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling, 180 studiepoeng, 2005
- Bachelorgradsstudium i reklame og merkebygging, 180 studiepoeng, 2005
- Bachelorgradsstudium i administrasjon og ledelse, 180 studiepoeng, 2005
- Årsenhet i relasjonsledelse (utenlandsopphold ved University of Hertfordshire, Storbritannia frem til 2008), 60 studiepoeng, 2003

Campus Kristiania- Norges Kreative Fagskole søkte til søknadsfristen 1. september om akkreditering av et bachelorgradsstudium i kreativ markedskommunikasjon, 180 studiepoeng.

## 2 Beskrivelse av saksgang

NOKUT gjør en innledende vurdering for å avklare om grunnleggende forutsetninger for akkreditering er tilfredsstillende imøtekommet slik disse gjengis i NOKUTs tilsynsforskrift<sup>1</sup>. For søknader som går videre, oppnevner NOKUT sakkyndige til faglig vurdering av søknaden. De må erklære seg habile og utfører oppdraget i samsvar med mandat for sakkyndig vurdering vedtatt av NOKUTs styre, og krav til utdanningskvalitet slik disse er fastsatt i tilsynsforskriften.

---

<sup>1</sup> <http://www.lovddata.no/cgi-wift/ldles?doc=/sf/sf-20110127-0297.html>

Etter sin faglige vurdering skal de sakkyndige konkludere med et tydelig ja eller nei på om utdanningskvaliteten samsvarer med kravene i tilsynsforskriften. De sakkyndige blir også bedt om å gi råd om videre utvikling av studiet. Alle kriteriene må være tilfredsstillende imøtekommet for at NOKUT skal vedta akkreditering.

Dersom et eller flere av kriteriene underkjennes av de sakkyndige, sendes den faglige vurderingen til søkerinstitusjonen som får tre uker til å kommentere denne. NOKUT avgjør deretter om institusjonens kommentarer skal sendes de sakkyndige for tilleggsvurdering. De sakkyndige får to uker på å avgi tilleggsvurdering. NOKUTs direktør fatter deretter vedtak.

### **Om denne rapporten**

Vi gjør oppmerksom på at NOKUTs tilsynsrapporter viser en kronologisk saksgang. Vår metode innebærer som beskrevet ovenfor en mulighet for at komiteen endrer sin konklusjon i løpet av vurderingsprosessen. Det er tilfelle i denne rapporten. Sluttkonklusjon finnes i del 7.

## **3 Innledende vurdering**

### **Tilsynsforskriften § 4-1 Grunnleggende forutsetninger for akkreditering**

1. Følgende krav i lov om universiteter og høyskoler skal vurderes for akkreditering:
  - a. Reglement og styringsordning
  - b. Klagenemnd
  - c. Læringsmiljøutvalg
  - d. Utdanningsplan
  - e. Vitnemål og Diploma Supplement
  - f. Kvalitetssikringssystem

#### NOKUTs vurdering:

Oversikten i denne paragrafen er gitt for å gjøre det tydelig og forutsigbart hvilke bestemmelser i UH-loven NOKUT fører tilsyn med. Campus Kristiania tilbyr akkrediterte studier. Det forutsettes derfor at krav i lov om universiteter og høyskoler er tilfredsstillende ivaretatt. Diploma Supplement er vurdert som tilfredsstillende. Campus Kristiania har tidligere fått godkjent sitt kvalitetssikringssystem fra NOKUT.

## 4 Faglig vurdering

### Oppsummering;

Sakkyndig komité har vurdert søknaden fra Norges Kreative Fagskole (NKF) om akkreditering av treårig bachelorstudium i kreativ markedskommunikasjon. Utgangspunktet for vurderingen har vært bestemmelsene slik de fremkommer i NOKUTs tilsynsforskrift. Sakkyndige komité er samstemte i at NKF generelt har levert en god søknad. Det er flere positive trekk ved søknaden fra NKF som sakkyndige vil trekke frem. Et av disse trekkene er studiets relevans for arbeidslivet. I søknaden gis det, slik sakkyndige ser det, gode og overbevisende argumenter for å kunne ha rimelig grunn til å anta at det er reelt arbeidsmarked for uteksaminerte studenter. Et annet positivt trekk er knyttet til hvordan NKF i sin søknad beskriver hvordan læringsutbyttet skal oppnås. I søknaden legger NKF opp til å kombinere flere typer av undervisningsformer, noe som sakkyndige ser på som positivt, både for å oppnå tilstrekkelig læringsutbytte i det enkelte fag og for å oppnå sluttkompetansen for studiet som helhet. Sakkyndige ønsker også å trekke frem NKF beskrivelse av fagmiljøets sammensetning slik det fremkommer i søknaden. Studiet i Kreativ markedskommunikasjon har fire kjerneområder.

Sakkyndige komité ser det som positivt og betryggende at NKF i sin søknad har lagt planer for at det er flere fagpersoner som dekker inn hvert de fire fagområdene. Dette vil bidra til både å sikre nødvendig kompetanse i kjerneområdene, samtidig som det gir muligheter for samarbeid mellom fagpersoner innen samme kjerneområde for å ivareta det faglige utviklingsarbeidet.

Som nevnt ovenfor har NKF generelt levert en god søknad med utgangspunkt i bestemmelsene slik de fremkommer i NOKUTs tilsynsforskrift. Likevel vurderer sakkyndig komité det slik at to kriterier i NOKUTs tilsynsforskrift ikke kan anses som tilfredsstillende oppfylt. Det første kriteriet, som ikke er tilfredsstillende oppfylt, gjelder punkt 4.2.2 (a) som er knyttet til NKF beskrivelse av læringsutbyttet som en kandidat skal ha oppnådd ved fullført utdanning. Det andre kriteriet, som ikke er tilfredsstillende oppfylt, gjelder punkt 4.2.2 (c) vedrørende hvordan studiets innhold og oppbygging er relatert til læringsutbyttet i planen. Når det gjelder den konkrete begrunnelsen til at de to kriteriene i NOKUTs tilsynsforskrift ikke er tilfredsstillende oppfylt henvises det til å lese sakkyndig vurdering under pkt 4.2.2 (a) og 4.2.2 (c).

### Konklusjon

Siden to punkter i NOKUTs tilsynsforskrift ikke er tilfredsstillende oppfylt kan ikke sakkyndig komité anbefale akkreditering av studiet bachelor i kreativ markedskommunikasjon i sin nåværende form.

## **4.1 Grunnleggende forutsetninger for akkreditering**

### **4.1.1 Krav i lov om universiteter og høyskoler.**

Disse krav er vurdert av NOKUT i den innledende vurderingen.

### **4.1.2 Krav i rammeplaner og aktuelle forskrifter fra Kunnskapsdepartementet skal være fylt**

#### **Vurdering**

Aktuell forskrift i denne forbindelse er Kunnskapsdepartementets opptaksforskrift. I søknaden fra NKF søkes det om akkreditering av BA-studium som samlet gir 180 studiepoeng. Utgangspunktet for omfanget av studiet som søkes akkreditert er beskrevet i opptaksforskriftens § 3. I flg. forskriften ved NKF skal opptak skje med basis i enten 1) generell studiekompetanse eller 2) tilsvarende kompetanse – i samsvar med departementets opptaks forskrift om opptak til universiteter og høyskoler. NKF legger m.a.o. opp til å følge allerede etablerte regler og normer som gjelder for høyere utdanning.

#### **Konklusjon**

Ja, kravet til og aktuelle forskrifter fra kunnskapsdepartementet er tilfredsstillende imøtekommet

### **4.1.3 Det skal redegjøres for forventet studentrekruttering i forhold til å etablere og opprettholde et tilfredsstillende læringsmiljø og i forhold til stabilitet i studiet.**

#### **Vurdering**

I søknaden fra NKF legges det opp til et måltall på 30 studenter. Sakkyndige mener det oppgitte måltallet, som legges til grunn i søknaden, må kunne ansees som realistisk og hensiktsmessig både når det gjelder å opprettholde en tilstrekkelig stabil studentmasse gjennom hele studieperioden, samt danne grunnlag for et tilfredsstillende læringsmiljø.

I søknaden vil NKF basere seg på to strategier for rekruttering hvorav den ene er intern rekruttering og de andre er ekstern rekruttering. Når det gjelder sannsynligheten for intern rekruttering begrunnes dette i søknaden med at studiet bygger på allerede eksisterende studier ved NKF innenfor kreative fag. Slik vil det, som det også fremkommer i søknaden, være grunnlag for å rekruttere studenter til det omsøkte studiet internt i Utdanningsstiftelsen Campus Kristiania. I søknaden henvises det til at allerede eksisterende studenter ved NKF har vist interesse for å fortsette på bachelorstudier innenfor kreative fag. I tillegg til intern rekruttering vil NKF også benytte ekstern rekruttering for å sikre at



måltallet oppnås. Basert på den informasjon som fremkommer, er det grunn til å anta at måltallet som oppgis i søknaden fra NKF, trolig vil både bidra til å sikre tilstrekkelig studentrekruttering for oppnå stabilitet, samt danne grunnlaget for et tilfredsstillende læringsmiljø.

### **Konklusjon**

Ja, høgskolens redegjørelse er tilfredsstillende når gjelder hvordan NKF vil rekruttere studenter for å legge grunnlaget for å opprettholde et tilfredsstillende læringsmiljø og i forhold til stabilitet i studiet generelt.

#### **4.1.4 Det skal redegjøres for forventet arbeidsomfang for studentene**

##### **Vurdering**

I universitets- og høgskoleloven § 3-8 er et studieår på 10 måneder og normert til 60 studiepoeng. I søknaden fra NKF legges det opp til at det omsøkte studiet utgjør det man kan beskrive som en heltidsutdanning slik det er beskrevet i ECTS User Guide hvor antall arbeidstimer i et studieår er satt til å utgjøre 1500-1800 timer.

I søknaden fra NKF legges det opp til at studentenes arbeidsmengde er godt innenfor den timerammen som forventes av et heltidsstudium i samsvar med ECTS. Det legges opp til at studenter som begynner på det omsøkte studiet får en arbeidsmengde som tilsvarer 1650 timer per studieår eller 40 timer per uke. Arbeidsmengden vil m.a.o tilsvare det man vanligvis forbinder med en fulltidsjobb. Med en arbeidsmengde på 1650 timer per studieår legger NKF i sin søknad opp til 27,5 arbeidstimer per studiepoeng for en heltidsstudent.

I søknaden fra NKF (samt de enkelte emneplaner i studieplanen) deles arbeidsomfanget to hoveddeler bestående av 1) Undervisningstimer og 2) Selvstendig arbeid. Vi i sakkyndig komité ser det som positivt at NKF i sin søknad har satt veiledende timerammer ut fra emnets studiepoeng når det gjelder hvor mange undervisningstimer som er satt av til undervisning, veiledning i plenum med lærer, samt selvstendig arbeid. En slik todeling av arbeidsomfanget bidrar til å sikre relativ lik praksis for de emneansvarlige når det gjelder planlegging og gjennomføring av emnet på tvers av emner med likt antall studiepoeng. Videre vil den veiledende timerammen bidra positivt til at studentene som går på det omsøkte studiet opplever arbeidsomfanget, for emner med samme antall studiepoeng, som relativt likt.

### **Konklusjon**

Ja, høgskolens redegjørelse for forventet arbeidsomfang for studentene er tilfredsstillende

#### **4.1.5 Der deler av studiet foregår utenfor den institusjonen som utsteder vitnemål, skal det foreligge tilfredsstillende avtaler som regulerer vesentlige forhold av betydning for studentene**

Ikke aktuelt.

## **4.2 Plan for studiet**

*I dette avsnittet vil følgende punkter refereres:*

### **§ 4-2 Plan for studiet**

1. Studiet skal ha et dekkende navn
2. Studiet skal beskrives med utgangspunkt i læringsutbyttebeskrivelse:
  - a. Læringsutbyttet skal være beskrevet som det en kandidat skal ha oppnådd ved fullført utdanning i form av kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse i samsvar med nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk.
  - b. Studiets relevans for arbeidsliv og/eller videre studier skal være tydelig.
  - c. Studiets innhold og oppbygging skal tilfredsstillende relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen.
  - d. Studiets arbeids- og undervisningsformer skal være egnet til å oppnå læringsutbytte slik det er beskrevet i planen.
  - e. Eksamensordninger og andre vurderingsformer skal være egnet til å vurdere i hvilken grad studentene har oppnådd læringsutbyttet.
3. Studiet skal ha tilfredsstillende kopling til forskning, faglig og/eller kunstnerisk utviklingsarbeid, tilpasset studiets nivå, omfang og egenart.
4. Studiet skal ha ordninger for studentutveksling og internasjonalisering relevant for studiets nivå, omfang og egenart.

#### **4.2.1 Studiet skal ha et dekkende navn**

##### **Vurdering**

Et studiets navn skal tydelig beskrive innholdet, omfang og nivå. I sin søknad forslår NKF studiets navn til Bachelor i kreativ markedskommunikasjon. Sakkyndige vurderer navnet som hensiktsmessig og passende, gitt studiets tosidige perspektiv, i det innholdet i studiet knytter kreativitet både til: 1) personlig kommunikasjon og 2) massekommunikasjon. Slik sett vurderes det som hensiktsmessig å ha med begrepet kreativitet i tittelen på det forslåtte nye bachelorstudiet, siden kreativitet synes å være det bærende fundament som ligger til grunn for selve studiemodellen, og gjennomgripende i de ulike

emnene i studiet generelt. Videre, er det også grunn til å mene at studiets foreslåtte navn, Bachelor i kreativ markedskommunikasjon, er egnet til å skille det søkte bachelorprogrammet fra andre, beslektede bachelorprogram, ved andre høyskoler og universitet (eks. Bachelor i markedskommunikasjon).

### **Konklusjon**

Ja, studiets navn er dekkende.

#### **4.2.2 Studiet skal beskrives med utgangspunkt i læringsutbyttebeskrivelsen:**

**a. Læringsutbyttet skal være beskrevet som det en kandidat skal ha oppnådd ved fullført utdanning i form av kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse i samsvar med nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk.**

#### **Studiets læringsutbytte**

I følge søknaden fra NKF skal studenter etter fullført bachelor i kreativ markedskommunikasjon besitte følgende sluttkompetanse:

#### **Kunnskap**

*Studenten har en inngående kunnskap innen:*

- Idéutvikling
- Konseptutvikling
- Organisatorisk kreativitet
- Tekstforfetting til ulike virkemidler og medier
- Visuell kommunikasjon
- Strategi og strategiutvikling
- Prosjektledelse og teamarbeid
- Markedskommunikasjon i et internasjonalt perspektiv

*Studenten har grunnleggende kunnskap innen:*

- Kultur og samfunnskunnskap
- Organisasjonsteori og markedsføring
- Atferdsøkonomi
- Forskning og utvikling innen markedskommunikasjon

## **Ferdigheter**

- Studenten kan utøve formidling og skaperkraft i en markedskommunikativ kontekst både nasjonalt og internasjonalt.
- Studenten kan analysere en markedssituasjon og utvikle kommunikasjonsstrategi og tilhørende aktivitetsplan.
- Studenten kan forfatte tekster som skal oppfylle definerte kommunikasjonsmål.
- Studenten kan utvikle visuelle løsninger til ulike virkemidler og medier.
- Studenten kan delta i og lede et team av fagpersoner.

## **Generell kompetanse**

- Studenten har tilegnet seg kunnskaper og ferdigheter som gjør han/hun i stand til å reflektere over og utfordre egne og andres faglige utøvelse.
- Studenten er i stand til å formidle fagstoff og teorier fra markedskommunikasjonsfaget.
- Studenten er bevisst og oppdatert på den faglige og vitenskapelige utvikling innen markedskommunikasjonsfaget.
- Studenten ser markedskommunikasjonens potensiale, men også begrensning som svar på bedrifters og organisasjoners markedsutfordringer.

## **Vurdering**

Som det fremgår av NKF's søknad, er læringsutbyttet eller sluttkompetanse delt inn i tre kategorier, henholdsvis 1) kunnskaper, 2) ferdigheter og 3) generell kompetanse. Det er sakkyndiges vurdering at læringsutbyttet, slik det beskrives i søknaden fra NKF, samsvarer med kravene i nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk på bachelornivå. Videre vurderer sakkyndig komité at det generelt er tilstrekkelig med samsvar mellom læringsutbyttet i de ulike emnene som inngår i studieplanen og læringsutbyttet som gjelder for studiet totalt sett. Det er imidlertid ett unntak i denne forbindelse som sakkyndig komité ønsker å påpeke. Dette gjelder det etiske aspektet. Sakkyndig komité ønsker at dette aspektet blir ivaretatt i større grad. I søknaden fra NKF nevnes riktignok etikk i teksten øverst på s. 14. I søknaden skriver NKF (sitat): ” Dette innebærer videre at kandidaten har et bevisst forhold til fagets historie og samfunnsmessige bakgrunn, samt en etisk bevissthet om egen og fagområdets rolle” (den kursive og understrekede teksten er uthevet av sakkyndig komité). Likevel er det sakkyndiges komités vurdering at det etiske aspektet ikke er tilstrekkelig eksplisitt framhevet i noen av de tre kategoriene av sluttkompetanse studentene etter endt studie skal besitte. Sakkyndige mener det etiske aspektet må tydeliggjøres i studentenes sluttkompetanse, siden studiet har et sterkt påvirkningsperspektiv noe som kan innebære at man står overfor en rekke etiske problemstillinger. Som følge av studiets sterke

påvirkningsperspektiv foreslår sakkyndig komité at NKF inkluderer ”etisk bevissthet” som en del av det overordnede læringsutbyttet for studiet. Videre må også NKF eksplisitt inkorporere teksten ”etiske aspekter” i innholdsbeskrivelsen i emnet markedsføring (7,5 sp).

### **Konklusjon**

Nei, kriteriet anses ikke som tilfredsstillende oppfylt.

### **NKF må:**

- 1) eksplisitt inkludere ”etisk bevissthet” som et eget aspekt knyttet til studentenes sluttkompetanse etter endt utdanning , og
- 2) eksplisitt inkorporere teksten ”etiske aspekter” i innholdsbeskrivelsen i emnet markedsføring (7,5 sp).

### **b. Studiets relevans for arbeidsliv og/eller videre studier skal være tydelig.**

### **Vurdering**

Det er viktig at studiet har relevans for arbeidslivet og at det er et reelt marked for den type kompetanse studenter besitter etter endt utdanning. I søknaden fra NKF fremlegges flere argumenter for studiets relevans for yrkeslivet. Blant annet trekkes det frem at i perioden 1996-2007 økte sysselsettingen i kulturnæringene med 35,2 % mens den totale sysselsettingen i Norge økte med 14.5 %. NKF`s søknad trekker også frem at utviklingen i den kreative industrien har endret seg fra tradisjonelle strukturer til mer komplekse stillingsområder som følge av internett og sosiale medier. Dette har også medført at man har fått nye næringer som ofte omtales/beskrives som kreative næringer. Som følge av den informasjon NKF fremlegger i sin søknad anser sakkyndig komité det som rimelig å anta at det finnes et arbeidsmarked for uteksaminerte studenter spesielt rettet mot den kreative industrien. I følge NKF søknad er uteksaminerte studenter relevante kandidater for å søke på jobber innen reklamebyråer, grafiske bedrifter, designbyråer, markedsavdelinger og en rekke andre typer av jobber spesielt innenfor kulturnæringen men også i kommunikasjonsbedrifter generelt.

Det er viktig at et studium gir muligheter for videre påbyggingsstudier. For de som gjennomfører Bachelor i kreativ markedskommunikasjon vil et naturlig neste steg være masterstudium. I søknaden fra NKF oppgis masterstudier både innenlands og utenlands som aktuelle studiesteder. For høyskoler i Norge nevnes Master i markedskunnskap ved Markedshøyskolen som et alternativt. Ved utenlandske universiteter nevnes Master of communication ved Deakin University som et annet alternativ. Videre anser NKF at en rekke høyskoler og universitet i Australia, England, Italia, USA og Irland å tilby masterstudier for uteksaminerte studenter med en bachelor i kreativ markedskommunikasjon. Basert

på informasjonen i søknaden fra NKF, anser sakkyndig komité at det finnes et tilstrekkelig antall høyskoler både i Norge og utenlands hvor bachelor i markedskommunikasjon fra NKF vil være et relevant opptakskrav for påbygging med et masterstudium.

### **Konklusjon**

Ja, studiets relevans i NKS søknad både når det gjelder arbeidsliv og/eller videre studier er tydelig beskrevet.

#### **c. Studiets innhold og oppbygging skal tilfredsstillende relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen**

##### **Vurdering**

Et studium bør ha en hensiktsmessig modellering slik at fagene bygger på hverandre og utgjør en logisk helhet. I søknaden fra NKF legger man opp til det første studieåret ha fokus på begreper og sentrale teorier og således er fokus først og fremst på å tilegne seg basiskunnskaper innenfor de viktige fagområder som studiet baseres på. I år to er fokus å øke studentenes forståelse og evne til refleksjon og det å tenke løsninger med utgangspunkt i fagene som inngår i studiets andre år. På tredje år legger NKF opp til å trene studentene på selvstendig arbeid og omsette sine kunnskaper gjennom å planlegge samt utføre egne prosjekter. Spesielt vil studentene få trening i å vise egne ferdigheter gjennom den avsluttende bacheloroppgaven som utgjør 22,5 poeng. Ut fra beskrivelsen NKF gir i sin søknad med hva som fokuseres i hvert studieår samt den struktur som fremgår i studieplanen vurderes sakkyndig komité det dit hen at studiet er hensiktsmessig modellert for å kunne oppnå læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen. Sakkyndig komité mener studiet har en naturlig læringsstige gjennom å fokusere på kunnskaper (1. år), forståelse (2. år) og ferdigheter (3. år). Sakkyndig komité mener dette er god tilnærming å strukturere studiet på for å oppnå tilfredsstillende læringsutbytte. Videre vurderer sakkyndig komité det slik at studiets fire fagområder som er henholdsvis 1) Strategiske fag knyttet til kommunikasjon og markedsføring 2) Visuell kommunikasjon 3) Tekst og 4) Kreativitet i tilfredsstillende grad reflekteres i de konkrete punktene som nevnes i søknaden og som utgjør den sluttkompetansen studentenes bør ha oppnådd når det gjelder kunnskaper, ferdigheter samt generell kompetanse for studiet som helhet.

Som nevnt ovenfor er sakkyndige positive til hvordan studiet er modellert. Studiet er originalt og annerledes. Det er ikke av typen ”markedskommunikasjon” som tilbys i dag for eksempel ved BI og det er heller ikke ”kreativ kommunikasjon” som tilbys av for eksempel Westerdal. Studiet ligger midt i mellom og har således sin egen ”plass” ifht. andre studieporteføljer. For å lykkes med studiet er det kritisk at studentene fra de begynner er inneforstått med studiets fokus og perspektiv. De må med

andre ord fra første dag bli bevisst om at studiet handler om ”kreativ markedskommunikasjon”. Da blir det mye enklere å håndtere litteraturen de møter i senere kurs med sine deskriptive og normative tilnærminger og således følge den ”røde tråden” gjennom studiet og på slutten skrive spennende bachelor-oppgaver.

Sakkyndig komité er ikke overbevist om at studieplanen har en tilstrekkelig plattform eller presiserer i tilstrekkelig grad hva som er studiets fokus og perspektiv i løpet av de første kursene i første semester. Sakkyndige mener det er behov for en strammere presisering fra første kurs. Det er to forhold/faktorer som tilsier behovet for en strammere presisering fra første kurs i det omsøkte studiet.

For det første skiller markedskommunikasjon seg fra kommunikasjon ved å være ekstremt og konkret hensiktsorientert. Du kommuniserer ikke for å kommunisere, men for å påvirke mottakers kunnskaper, meninger, holdninger og atferd. Ergo bør man skille mellom atferdsmål, kommunikasjonsmål og konkrete påvirkningsmål. Studentene vil møte denne problemstillingen eksplisitt i bøkene «Merkevarebygging på norsk» og «Bill Bernbachs Reklamesyn», men det er andre året. Andre bøker de vil møte i andre kurs (Framnes et. al og T. Helgesen) er ikke like tydelige på dette området

Det andre forholdet som tilsier en strammere presisering har med begrepet kreativitet å gjøre. Slik sakkyndige leser studieplanen fokuseres det på kreative prosesser og ikke kreative produkter. Reklamefaget – og for så vidt alle fag som har noe med markedskommunikasjon og sender-initierte budskap å gjøre – er ekstremt opptatt av såkalt kreativ kommunikasjon. Det er slik kommunikasjon som vinner priser. Dette er også noe som studentene må forholde seg til. I studieplanen på side 8 står det (sitat) ”Kreativitet anses ikke som et mål i seg selv”. Likevel er det grunn til å tro at hvis kreativiteten skal ha noe i et studium å gjøre, så må den ha et mål og en hensikt. Uansett, er det viktig at studenter som påbegynner det omsøkte studiet får svar på hvorfor kreativitet er så sentralt i studiet og således gir svar på dette spørsmålet. Slik studieplanen nå fremstår, er sakkyndige av den oppfatning at dette forholdet ikke er tilstrekkelig beskrevet. Den synes å ta for gitt i studieplanen at unge tjueåringer har skjønt at kreativitet er et slags ”eureka”.

Basert på diskusjonen ovenfor er de sakkyndige generelt positive til studiet modellering hva fag og oppbygging angår. Likevel, som det også fremkommer i vurderingen, er det behov for en strammere presisering av studiets fokus og perspektiv fra første kurs. Ellers vil det ”flyte” for studentene og gjøre det vanskeligere å håndtere litteraturen de møter i senere kurs med sine deskriptive og normative tilnærminger.

Som følge av behovet for strammere presisering foreslås det at studiets innledningskurs, ”Kommunikasjonsstrategi”, bytter navn til ”kreativ markedskommunikasjon”, og at dette emnet

innledes med ca. 12 timer som setter studiets terminologi og fokus på dagsorden. Et tips til litteratur for denne delen av kurset er å bruke f.eks. artikkelen til Smith, R.E., Chen, J. and Yang X. (2008) *"The Impact of Advertising Creativity on the Hierarchy of Effects"*, Journal of advertising, Vol 37 NO 4, pp. 47-62. Etter en innledning, som setter fokus på studiets terminologi, kan man bruke resten av undervisningstiden/arbeidstiden på det som allerede er beskrevet i eksisterende forslag til læringsutbytte, hva kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse angår, og som er gitt i forslaget til emnebeskrivelse for faget kommunikasjonsstrategi i studieplanen.

Utover en strammere presisering av hva studiets innledningsemne angår, er studiets innhold og oppbygging tilfredsstillende relatert til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen.

### **Konklusjon**

Nei, kriteriet anses ikke som tilfredsstillende oppfylt.

**NKF må** sørge for å få en tydeligere og strammere presisering hva gjelder studiets innledningsemne slik det er forslått i sakkyndiges vurdering ovenfor.

#### **d. Studiets arbeids- og undervisningsformer skal være egnet til å oppnå læringsutbytte slik det er beskrevet i planen**

### **Vurdering**

Det er naturlig å tenke seg at sluttkompetansen knyttet til kunnskaper, ferdigheter og mer generell kompetanse, oppnås ved å gjøre bruk av varierte undervisningsformer. I søknaden fra NKF tar man sikte på å benytte seg av seks ulike typer av undervisningsformer, henholdsvis: 1) Forelesning 2) Veiledning, individuelt og i grupper 3) Praktisk arbeid med ulike case/prosjekter 4) Verksteder 5) Diskusjon og 6) Presentasjon. Sakkyndig komité mener den variasjon som ligger i hver av disse undervisningsformene er hensiktsmessig for å oppnå et tilstrekkelig læringsutbytte. Spesielt vil sakkyndig komité fremheve bruken av caseoppgaver, både de som er definert av faglærer og de som definert av reelle kunder som spesielt egnet siden disse integrerer flere fagområder og således utfordrer studentene til helhetstenkning. Videre mener sakkyndige det er positivt at NKF i sin søknad legger opp til bruk av både refleksjonsnotater og medstudentrespons. Disse to arbeidsformene bidrar uten tvil positivt for studentenes totale læringsutbytte.

### **Konklusjon**

Ja, studiets arbeids- og undervisningsformer er egnet til å oppnå læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen.



**e. Eksamensordninger og andre vurderingsformer skal være egnet til å vurdere i hvilken grad studentene har oppnådd læringsutbyttet**

**Vurdering**

I søknaden fra NKF legges det opp til både en formativ og summativ vurdering i hvert emne som inngår i bachelor i kreativ markedskommunikasjon. Den formative har til hensikt å gi studenten tilbakemelding på faglig nivå i løpet av emnet som pågår. Den summative har til hensikt å vurdere i hvilken grad studentene har oppnådd læringsutbyttet i slutten av et emne. Disse to typer av vurderingsformer er med på å legge til rette for at studentene kan oppnå størst mulig læringsutbytte i det enkelte emne. Sakkyndig komité mener det er spesielt bra at NKF i sin søknad har lagt relativt klare rammer på hvilke vurderingsformer som gjelder, alt etter størrelsen på det enkelte emne i studiemodellen (jmf. tabell 1 i søknaden fra NKF). Dette bidrar til å skape forutsigbarhet for hva studenter kan forvente av vurderingsformer i det enkelte emne. Samtidig gir det også føringer for de ulike emneansvarlige i bachelorløpet for hvilke alternative vurderingsformer som er tilgjengelig for sitt emne. Slik bidrar det til å skape variasjon i bruken av vurderingsformer, noe som igjen bidrar til å redusere muligheten for at en bestemt type vurderingsform vil dominere i studiet.

**Konklusjon**

Ja, eksamensordninger og andre vurderingsformer er egnet til å vurdere i hvilken grad studentene har oppnådd læringsutbyttet.

**4.2.3 Studiet skal ha tilfredsstillende kopling til forskning, faglig og/eller kunstnerisk utviklingsarbeid, tilpasset studiets nivå, omfang og egenart.**

**Vurdering**

I søknaden fra NKF legges det opp til nær kopling mellom undervisning og forskning. Spesifikt legges det opp til en tredelt strategi. Den første er ment å bygge opp egen forskningskompetanse ved å legge til rette for at faglig ansatte vil delta i PhD program. Videre legges det i søknaden opp til samarbeid både i inn- og utland gjennom prosjekter som er relevant for utdanningen og som vil bli brukt i undervisningen. I søknaden fra NKF gis det eksempler på allerede inngåtte intensjonsavtaler vedrørende forskningssamarbeid. Generelt legges det opp til incentivordninger som vil bidra til forskningsmessig aktivitet. I tillegg nevnes det i søknaden at 2,15 årsverk er satt av til forsknings- og utviklingsarbeid. Det er også en konkret målsetting i søknaden fra NKF, at faglige ansatte i forskerstillinger, skal publisere minst en artikkel årlig i faglig anerkjent tidsskrift, eller ha en offentlig allmenngjøring av kunstnerisk utviklingsprosjekt. Sakkyndig komité vurderer de overnevnte faktorene som positive og tilstrekkelig når det gjelder de krav som stilles til forskning og utviklingsarbeid for et

bachelorstudium. Således er intensjonen om forskning tilpasset studiets nivå og omfang tilfredsstillende ivaretatt i søknaden fra NKF. Vedlagte CV i søknaden støtter denne vurderingen. Denne viser at de faglige har bakgrunn fra forskning og/eller kunstnerisk utviklingsarbeid, noe som således viser at forutsetningene for fremtidig utviklingsarbeid også er gode. I søknaden fra NKF henvises det til eksempler på allerede igangsatte forskningsprosjekter som faglige deltar i, samt ferdigstilte forskningsprosjekter. Et godt eksempel, som fremkommer fra søknaden fra NKF i denne sammenheng, er samarbeidsprosjektet en av de faglige ved NKF har igangsatt med Høyskolen i Akershus, Cardiff Business School og Brunel University. Som følge av dette samarbeidet er hele 6 vitenskapelige artikler blitt publisert. Dette eksemplet og andre eksempler i søknaden viser at NKF har en klar bevissthet om viktigheten av forskningsarbeid.

### **Konklusjon**

Ja, studiet har tilfredsstillende kopling til forskning, faglig og/eller kunstnerisk utviklingsarbeid tilpasset studiets egenart.

#### **4.2.4 Studiet skal ha ordninger for studentutveksling og internasjonalisering relevant for studiets nivå, omfang og egenart.**

### **Vurdering**

NKF viser til en 10-15 års lang praksis med studentutveksling og internasjonalt samarbeid. Per i dag har de samarbeidsavtaler med 12 ulike universiteter i Europa, Australia og USA. Som følge av dette er det, etter sakkyndiges oppfatning, gode forutsetninger for å gjøre bruk av dette for studenter som påbegynner det omsøkte studiet. I søknaden nevnes at studentene vil få tilbud om utvekslingsopphold, gjennom allerede inngåtte intensjonsavtaler, med eksempelvis RMIT University og Deakin University i Melbourne Australia. Ved RMIT University vil de kunne ta emner fra Bachelor of Design. I søknaden nevnes også at det vil bli lagt til rette for innveksling av studenter, gjennom allerede inngåtte og etablerte intensjonsavtaler, med utenlandske universitet. Videre er det også i NKF søknad lagt konkrete planer om å legge til rette for å utvide samarbeidet til å omfatte flere utenlandske universitet, eksempelvis University of the Arts i London, hvor målet også er å få til studentutveksling. Totalt sett viser dette at NKF har på plass tilstrekkelig med ordninger for studentutveksling og internasjonalisering relevant for studiets nivå, omfang og egenart.

### **Konklusjon**

Ja, studiet har ordninger for studentutveksling og internasjonalisering relevant for studiets nivå, omfang og egenart.

### **4.3 Fagmiljø tilknyttet studiet**

**4.3.1 Fagmiljøets sammensetning, størrelse og samlede kompetanse skal være tilpasset studiet slik det er beskrevet i plan for studiet og samtidig tilstrekkelig for å ivareta den forskning og det faglige og eller kunstneriske utviklingsarbeidet som utføres.**

#### **Vurdering**

I søknaden fra NKF vil fagmiljøet tilknyttet bachelorstudiet bestå av 11 fagpersoner, med samlet stillingsressurs 5,5 stillinger. I tillegg kommer gjesteforelesere fra inn- og utland. I følge søknaden legges det opp til et måltall på ca 30 studenter pr. år. Med utgangspunkt i dette måltallet på 30 studenter, vil en full treårig studiemodell utgjøre 90 heltidsstudenter. Med 11 fagpersoner som utgjør en stillingsressurs på 5,5, vil dette være tilfredsstillende i forhold til studiets totale antall heltidsstudenter, når det gjelder å ivareta undervisning og veiledning for den totale studentgruppen i bachelorstudiet på en god og hensiktsmessig måte.

Det også viktig at fagmiljøets sammensetning er tilstrekkelig, slik at man sikrer at man besitter fagpersoner med kritisk kompetanse knyttet til studiets kjerneområder. Som nevnt i søknaden fra NKF, består Bachelor i kreativ markedskommunikasjon av fire kjerneområder, henholdsvis: 1) Strategiske fag knyttet til kommunikasjon og markedsføring 2) Visuell kommunikasjon 3) Tekst og 4) Kreativitet. Sakkyndig komité mener det er bra at NKF har flere fagpersoner som dekker de sentrale kjerneområdene. I søknaden henvises det til tre fagpersoner, med tilhørende fagtittel, for hvert av de fire kjerneområder, noe som vurderes til å være betryggende for å sikre nødvendig kompetanse i studiets kjerneområder. Videre er sakkyndig komité av den oppfatning, at når man har flere fagpersoner innen hvert kjerneområde, vil dette bidra positivt til å få igangsatt forskningssamarbeid mellom faglige i samme kjerneområde.

#### **Konklusjon**

Ja, fagmiljøets sammensetning, størrelse og samlede kompetanse er tilpasset studiet slik det er beskrevet i planen.

**4.3.2 Minst 50 prosent av årsverkene knyttet til studiet skal utgjøres av tilsatte i hovedstilling ved institusjonen. Av disse skal det være personer med minst førstestillingskompetanse i de sentrale delene av studiet. For de ulike sykler gjelder i tillegg:**

- a. For første syklus skal minst 20 prosent av det samlede fagmiljøet være ansatte med førstestillingskompetanse
- b. For andre syklus skal minst 10 prosent av det samlede fagmiljøet være professorer eller dosenter og ytterligere 40 prosent være ansatte med førstestillingskompetanse.
- c. For tredje syklus, ph.d., skal minst 50 prosent av det samlede fagmiljøet være professorer, de øvrige skal ha førsteamanuenskompentanse.

### **Vurdering**

Som det fremgår av søknaden fra NKF er hele 5,1 av det totale antall årsverk på 5,5 tilknyttet hovedstilling ved institusjonen. Videre har NKF oppfylt kravet om førstestilling innenfor hvert av de fire kjerneområdene som utgjør studiet, dvs. 1) Strategiske fag knyttet til kommunikasjon og markedsføring 2) Visuell kommunikasjon 3) Tekst og 4) Kreativitet.

Kravene til fagmiljøet i første syklus er at minst 20 % av det samlede fagmiljøet skal være ansatte med førstestillingskompetanse. Oversikten som er gitt i tabell 3 i søknaden viser at hele 36 % av fagmiljøet innehar førstestillingskompetanse og således er kravet godt oppfylt i forhold til det omsøkte studiet.

### **Konklusjon**

Ja, kravet om at 50 prosent av årsverkene knyttet til studiet skal utgjøres av tilsatte i hovedstilling, samt kravet om førstestillingskompetanse i sentrale deler av studiet, er tilfredsstillende oppfylt.

### **4.3.3 Fagmiljøet skal drive aktiv forskning, faglig- og/eller kunstnerisk utviklingsarbeid.**

For de ulike sykler gjelder i tillegg:

- a. For første syklus skal fagmiljøet ha dokumenterte resultater på et nivå som er tilfredsstillende for studiets innhold og nivå.
- b. For andre syklus skal fagmiljøet ha dokumenterte resultater på høyt nivå.

- c. For tredje syklus skal fagmiljøet ha dokumenterte resultater på høyt internasjonalt nivå og med tilstrekkelig faglig bredde.

### **Vurdering**

Kravet for første syklus (jmf. pkt 4.3.3(a) er at fagmiljøet kan dokumentere resultater på et nivå som er tilfredsstillende for studiets innhold og nivå. Oversikten fra FoU-arbeidet viser at alle som er tiltenkt å bidra i det omsøkte bachelorstudiet i kreativ markedskommunikasjon er aktive når det gjelder faglig utviklingsarbeid. Oversikten som vedlegges søknaden fra NKF viser at mye av utviklingsarbeidet er av nyere dato noe som viser at fagstaben er forskningsaktiv. Innholdet i Fou-arbeidet viser dessuten en tilstrekkelig bredde i dokumenterte resultater som eksempelvis: fagbøker, monografier, grafiske fremstillinger, foredrag, paper på konferanser, vitenskapelige artikler i internasjonale tidsskrifter etc. Et eksempel på nylig publiserte forskningsartikler som er fagfellevurdert er artikkelen til Fagerstrøm, A., & Ghinea, G. (2011) ”*On the motivating impact of price and online recommendations at the point of online purchase*”, International Journal of Information Management, Vol. 31, pp. 103-110. Et eksempel på nylig publiserte bøker er boken til Nicholas Ind ”*The Organic Organization: freedom, creativity and fulfilment*”, Atropos Press, New York, 2009. Flere slike dokumenterte resultater fremkommer i søknaden, fra noe som gir et positivt inntrykk av at NKF er et aktivt og resultatorientert fagmiljø, hva utviklingsarbeid angår.

Mye av FoU-arbeidet i oversikten kan sees som relevant i forhold til studiets fire kjerneområder. Oversikten over FoU er med på å dokumentere faktisk utviklingsarbeid innen studiets fire kjerneområder. Sakkyndige mener således at dokumentasjonen som NKF har vedlagt i sin søknad, er tilfredsstillende for det som forventes av forskning og utviklingsarbeid, tatt i betraktning studiets innhold og nivå i første syklus.

### **Konklusjon**

Ja, fagmiljøet kan dokumentere resultater på et nivå som er tilfredsstillende for studiet innhold og nivå.

### **4.3.4 Fagmiljøet skal delta aktivt i nasjonalt og internasjonalt samarbeid og nettverk relevant for studiet.**

#### **Vurdering**

Et fagmiljø bør delta i aktiviteter, knyttet til nasjonalt og internasjonalt samarbeid, samt deltakelse i nettverk relevant for studiet. I søknaden fra NKF vises det både til et internasjonalt og nasjonalt nettverk.

Det internasjonale nettverket knyttes til blant annet prosjekter hva internasjonalisering angår slik som videreutvikling av inngåtte partneravtaler, utveksling av fagpersonale og studieturer. I søknaden fra NKF henvises det også til aktiviteter slik som studieturer for flere hovedlærere og studieledere til samarbeidspartnere i Australia, Irland, UK og USA. Dessuten har fagpersonale fra utenlandske samarbeidspartnere, gjennomført aktiviteter, som gjesteforelesning og workshops for studenter her i Norge. Sakkyndige ser det som positivt at NKF har fokus på å utvikle samarbeidet med internasjonale partnere ytterligere. NKF har i sin søknad allerede lagt konkrete planer for dette, ved blant annet å definere tre universiteter, hva gjelder bachelor i kreativ markedskommunikasjon. I søknaden, har NKF i vedlegg 11, dokumentert den formelle avtaleinngåelsen for med to universiteter, henholdsvis RMIT Univeristy og Deakin University.

I søknaden fra NKF henvises det til et omfattende nasjonalt nettverk og samarbeid relevant for det omsøkte studiet. Blant annet henvises det i søknaden til NKF's deltakelse i nettverk med aktører som INMA, Grafill, Tegnerforbundet, Kreativt forum, Abelia, Den norske forfatterforening. Videre henvises det til en rekke bedrifter som det er knyttet samarbeid med, eksempelvis VG, IKEA, Trygg trafikk, Fjordland etc. Samarbeidet er knyttet til gjennomføringen av utdanningstilbudet i form av, eksempelvis caseoppgaver, praksisplasser, gjesteforelesinger, sensorer og ekskursioner. Til sammen gjør dette at NKF kan vise til et aktivt, utstrakt og tett nettverk, både med akademiske institusjoner, nasjonalt og internasjonalt, samt med institusjoner fra praksisfeltet.

### **Konklusjon**

Ja, NKF kan vise til tilfredsstillende deltakelse i faglige nasjonale og /eller internasjonale samarbeid og nettverk med relevans for studiet.

#### **4.3.5 For studier med praksis skal fagmiljøet og eksterne praksisveiledere ha hensiktsmessig erfaring fra praksisfeltet**

Ikke relevant for søknaden.

## **4.4 Støttefunksjoner og infrastruktur**

### **4.1.4 Institusjonen skal ha lokaler, bibliotek tjenester, administrative og tekniske tjenester, IKT-ressurser og arbeidsforhold for studentene som er tilpasset antall studenter og studiet slik det er beskrevet i plan for studiet.**

#### **Vurdering**

NKF gir i sin søknad en meget god og detaljert beskrivelse av forutsetningene for støttefunksjoner og infrastruktur knyttet til det omsøkte studiet.

Som det fremgår av søknaden fra NKF inngår det omsøkte studiet til del av flere studier knyttet til utdanningsstiftelsen Campus Kristiania. Lokalitetene, utformingen og tilgjengeligheten som sådan er således tilrettelagt med den hensikt å skape et godt læringsmiljø for studenter på institusjonen.

NKF disponerer 5000 kvm fordelt på auditorier, klasserom, spesialrom, grupperom, bibliotek og annet man forbinder med en institusjon som tilbyr høyere utdanning. Dette innebærer tilgang til IT systemer. I søknaden utgjør antall tilgjengelige PC stasjoner 250 stk. Hver av PC-ene har, i tillegg til generell programvare, også spesialprogrammer som er tilpasset det enkelte utdanningstilbud. Videre bruker NKF IT`s learning, som vurderes av de sakkyndige som et godt egnet pedagogisk verktøy.

Biblioteket er vurdert til å være hensiktsmessig dimensjonert ut fra hva man kan forvente av en institusjon som tilbyr høyere utdanning. Det er god tilgang til tradisjonelt biblioteksmateriell, slik som bøker, vitenskapelige publikasjoner, nettressurser og fjernlånstjenester. Biblioteket er også tilrettelagt for gruppearbeidssoner og en stille lesesal.

Kommunikasjonen til skolen er også god siden lokalene ligger midt i Oslo sentrum, med sentrale trafikknutepunkter bare noen få minutter unna.

#### **Konklusjon**

Ja, støttefunksjoner og infrastruktur er vurdert til å være tilfredsstillende.

## 5 Samlet konklusjon for den sakkyndige vurdering

**Følgende kriterier er i søknaden vurdert som ikke tilfredsstillende imøtekommet:**

**Til § 4-2 2 a; om læringsutbytte. Høgskolen må**

- eksplisitt inkludere ”etisk bevissthet” som et eget aspekt knyttet til studentenes sluttkompetanse etter endt utdanning , og
- eksplisitt inkorporere teksten ”etiske aspekter” i innholdsbeskrivelsen i emnet markedsføring (7,5 sp).

**Til § 4-2 2 c om studiets innhold: Høgskolen må**

- sørge for å få en tydeligere og strammere presisering hva gjelder studiets innledningsemne slik det er forslått i sakkyndiges vurdering ovenfor.

### **Hovedkonklusjon:**

Siden alle kriteriene ikke er tilfredsstillende imøtekommet, kan vi ikke anbefale studiet i sin nåværende form akkrediteres.



## 6 Institusjonens kommentar

Campus Kristiania ved Norges Kreative Fagskole (NKF) har mottatt sakkyndige komité's rapport om akkreditering av Bachelor i kreativ markedskommunikasjon (180 studiepoeng).

Etter å ha gjennomgått sakkyndiges vurdering har vi gjort endringer i de to kommenterte punktene 4.2.2 a og 4.2.2 c for å imøtekomme komiteens anbefalinger. De øvrige punktene er tilfredsstillende og derfor ikke kommentert i vårt tilsvarende svar. Vi vil videre gjøre rede for de tiltak vi har iverksatt for å imøtekomme komiteens anbefalinger.

Vi takker komiteen for en svært grundig og positiv tilbakemelding som gjør det motiverende for oss å jobbe videre med denne utdanningen. Vi finner det konstruktivt at sakkyndig komité har identifisert de to overnevnte forbedringsområdene. Tilbakemeldingen bekrefter at vi langt på vei har greid å formidle det som er selve kjernen, eller ideen, bak studiet og vi finner det konstruktivt at sakkyndig komité identifiserer uklarheter knyttet til helt sentrale deler av studiet, og er løsningsfokuserende i sin rapport. Vi har, etter at vi fikk uttalelsen fra de sakkyndige, diskutert tilbakemeldingene med de aktuelle fagpersonene og følger komiteens anbefalinger med følgende begrunnelse:

### § 4.2.2. a:

**Læringsutbyttet skal være beskrevet som det en kandidat skal ha oppnådd ved fullført utdanning i form av kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse i samsvar med nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk.**

Vi deler sakkyndiges oppfatning om det særlige ansvaret som følger med studiets påvirkningsperspektiv og ønsker å presisere at vi anerkjenner den etiske dimensjonen knyttet til markedskommunikasjon, og er enige i at den etiske bevissthet inkluderes i studiets overordnede læringsutbytte under «generell kompetanse» (se siste kulepunkt):. Dette er presisert i søknaden ved at vi har lagt til siste punkt under «generell kompetanse» i læringsutbytte-beskrivelsene (se søknaden side 14):

#### Generell kompetanse

- Studenten har tilegnet seg kunnskaper og ferdigheter som gjør han/hun i stand til å reflektere over og utfordre egne og andres faglige utøvelse.
- Studenten er i stand til å formidle fagstoff og teorier fra markedskommunikasjonsfaget.
- Studenten er bevisst og oppdatert på den faglige og vitenskapelige utvikling innen markedskommunikasjonsfaget.
- Studenten ser markedskommunikasjonens potensiale, men også begrensning som svar på bedrifters og organisasjoners markedsutfordringer.
- Studenten har god innsikt i fagområdets yrkesetiske problemstillinger og kan utøve faget med etisk bevissthet

Vi har i tillegg fulgt komiteens anbefaling om å innlemme det etiske aspektet i emnet «Markedsføring». Dette har vi gjort ved å inkludere det etiske aspektet i læringsutbyttebeskrivelsen under generell kompetanse:

#### Generell kompetanse:

Etter endt emne skal kandidaten ha innsikt i markedsfagets historiske utvikling og ha opparbeidet en kritisk og reflektert holdning til de metoder og prinsipper markedsføringsfaget anvender. I tillegg skal kandidaten forstå den betydning og konsekvens markedsføring får for enkeltindivider og samfunnet, inkludert etiske aspekter.

Samt i emnets innholdsbeskrivelse:

- Markedsføring som fag, teknikk og forretningsfilosofi
- Analyser av marked/målgruppe og markedsstrategi
- Markedsplan
- Gjennomføring av markedsaktiviteter
- Relasjonsmarkedsføring – paradigmeskifte.
- Effektmåling og kontroll
- Etiske aspekter

(studieplanen side 21) Samt lagt til litteratur (studieplanen side 21).

#### **§ 4.2.2 c. Studiets innhold og oppbygging skal tilfredsstillende relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen**

Det andre tilsynspunktet griper inn i studiets struktur og er en bekymring omkring hvorvidt aspekter knyttet til kommunikasjonens forskjellige roller er tilstrekkelig belyst. Vi tar innover oss at det ikke er tilstrekkelig presisert, og har i den oppdaterte studieplanen påpekt at markedskommunikasjon skiller seg fra annen kommunikasjon ved at markedskommunikasjon alltid er målrettet og har en hensikt. Markedskommunikasjon kan også beskrives og utforskes i ulike perspektiver: Det affektive orienterte kommunikasjonsperspektivet, det meningsbaserte påvirkningsperspektivet og det empirisk baserte salgsperspektivet. Disse ulike perspektivene, strukturer og terminologi blir nå tydeliggjort i studiets innledningskurs som, i henhold til komiteens anbefalinger, skifter navn fra «kommunikasjonsstrategi» til «kreativ markedskommunikasjon»:

#### **Kunnskaper:**

Ved fullført emne skal kandidaten ha kunnskap om hva kreativ markedskommunikasjon er, herunder:

- Markedskommunikasjonens ulike målsetninger relatert til atferd, kommunikasjon og påvirkning
- Kreativitetens rolle i markedskommunikasjon og strategisk tenkning
- Målgrupper og valg av virkemidler
- Situasjonsanalyse

Studentene skal kjenne til grunnleggende terminologi og teorier innen massekommunikasjon og merkevarer. Studentene skal videre ha kunnskap om informasjonsinnhenting, kildekritikk og metodebruk (studieplanen side 10).

Et tredje forhold som sakkyndige komité tar opp, er en mangelfull beskrivelse av begrepet «kreativitet», og hvorfor det står så sentralt i dette studiet. Slik sakkyndige leser studieplanen fokuseres det på kreative prosesser og ikke kreative produkter. Også her er vi enige i komiteens innspill. Det har helt klart vært skolens hensikt å ha kreativitet som et sentralt fokusområde gjennom hele studiet. Imidlertid tar vi inn over oss at dette ikke er tydelig nok kommunisert, og gjør grep i studieplanen for å synliggjøre kreativitetsperspektivet bedre, og også fokuset på kreative produkter. Blant annet presiseres begrepet kreativitet innledningsvis i studieplanen, og oppdatert læringsutbyttebeskrivelse i faget kreativ markedskommunikasjon er som følger:

#### **Kunnskaper:**

Ved fullført emne skal kandidaten ha kunnskap om hva kreativ markedskommunikasjon er, herunder:

- Markedskommunikasjonens ulike målsetninger relatert til atferd, kommunikasjon og påvirkning
- Kreativitetens rolle i markedskommunikasjon og strategisk tenkning
- Målgrupper og valg av virkemidler
- Situasjonsanalyse
- En forståelse av hva som er kreative produkter

Studentene skal kjenne til grunnleggende terminologi og teorier innen massekommunikasjon og merkevarer. Studentene skal videre ha kunnskap om informasjonsinnhenting, kildekritikk og metodebruk.

Innholdsbeskrivelsen i samme emne er utvidet til:

- Introduksjon til skolens arbeids-, undervisnings- og vurderingsformer
- Kreativ markedskommunikasjons grunnleggende teori og begreper
- Kreativitet som drivkraft i dramaturgi og strategisk arbeid
- Gjennomgang av kreative produkter
- Grunnleggende teori knyttet til forsknings- og utviklingsarbeid
- Ulike former for og tilnærminger til kommunikasjonsbegrepet
- Begreper og analysemodeller i kommunikasjonsstrategien
- Planlegging og gjennomføring av strategier
- Kunnskap om og analyse av målgrupper
- Sosiokulturell kontekst
- Introduksjon til emnet merkevarebygging

Vi har også tatt med komiteens innspill til litteratur som pensum i dette emnet.

Avslutningsvis vil vi igjen takke komiteen for en grundig og helhetlig behandling av søknaden, og for konstruktive innspill, og håper disse endringene fører til en endelig godkjenning av studiet Bachelor i kreativ markedskommunikasjon.

..

## 7 Sakkyndig tilleggsvurdering

I vår sakkyndige vurdering av søknaden fra Norges Kreative Fagskole/Campus Kristiania, anså vi at følgende kriterier i NOKUTs tilsynsforskrift ikke var tilfredsstillende oppfylt:

§ 4-2-2 a: Læringsutbyttet skal være beskrevet som det en kandidat skal ha oppnådd ved fullført utdanning i form av kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse i samsvar med nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk

§ 4-2-2 c: Studiets innhold og oppbygging skal tilfredsstillende relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen

Vi har nå foretatt en tilleggsvurdering, basert på tilsendte kommentarene fra søkerinstitusjonen. I vurderingsdokumentet har vi nedenfor - for hvert at de underkjente kriteriene - først gjengitt vår opprinnelige konklusjon, med tilhørende krav som måtte oppfylles for å få akkreditering, og deretter avgitt en ny vurdering, Til slutt kommer vår så nye konklusjon.

### Selve vurderingen:

**§ 4-2-2 a: Læringsutbyttet skal være beskrevet som det en kandidat skal ha oppnådd ved fullført utdanning i form av kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse i samsvar med nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk**

Vår opprinnelige konklusjon:

Nei, kriteriet anses ikke som tilfredsstillende oppfylt.

### NKF må:

- 1) eksplisitt inkludere ”etisk bevissthet” som et eget aspekt knyttet til studentenes sluttkompetanse etter endt utdanning , og
- 2) eksplisitt inkorporere teksten ”etiske aspekter” i innholdsbeskrivelsen i emnet markedsføring (7,5 sp).

### Ny vurdering:

Den opprinnelige vurderingen var i stor utstrekning basert på manglende fokus på etikk i et av studiets emner samt i studentenes sluttkompetanse etter endt studie. I tilsvaret fra Norges Kreative fagskole har de på en tydelig måte fulgt sakkyndiges klare anbefalinger. Dette har de gjort ved å framheve etikk i læringsutbyttebeskrivelsen som et eget punkt under ”Generell kompetanse”. I tillegg fremgår nå

”etiske aspekter” som et eksplisitt punkt i innholdsbeskrivelsen av emnet markedsføring. Med de presiseringer og endringer som nå er gjort, mener vi at kriteriet er tilfredsstillende oppfylt.

#### Ny konklusjon:

Ja, studiet er tilfredsstillende beskrevet med utgangspunkt i læringsutbytte.

#### **§ 4-2-2 c: Studiets innhold og oppbygging skal tilfredsstillende relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen**

#### Vår opprinnelige konklusjon

Nei, kriteriet anses ikke som tilfredsstillende oppfylt.

**NKF må** sørge for å få en tydeligere og strammere presisering hva gjelder studiets innledningsemne slik det er forslått i sakkyndiges vurdering ovenfor.

#### Ny vurdering:

Norges Kreative Fagskole/Campus Kristiania har i sitt svar påpekt at markedskommunikasjon skiller seg fra annen kommunikasjon ved at markedskommunikasjon alltid er målrettet og har en hensikt. Dette styrkes ved at man har fremhevet tre ulike tilnærminger og perspektiver på markedskommunikasjon i studiets innledningskurs. Etter sakkyndiges anbefalinger, har også studiets innledningskurset endret navn fra ”kommunikasjonsstrategi” til ”kreativ markedskommunikasjon”. Videre har kreativitetsbegrepet blitt mer synlig og tydeligere innledningsvis i studieplanen samt i læringsutbyttebeskrivelsen i emnet ”kreativ markedskommunikasjon”. Med de presiseringer og endringer som nå er gjort, mener vi at også dette kriteriet er tilfredsstillende oppfylt.

#### Ny konklusjon:

Ja, studiets innhold og oppbygging er tilfredsstillende relatert til læringsutbyttebeskrivelsen for studiet.

#### **Ny hovedkonklusjon:**

De kriteriene som ble underkjent i vår sakkyndige vurdering anses etter tilleggsvurderingen som tilfredsstillende oppfylt. Etter dette er alle kravene i tilsynsforskriften oppfylt, og vil derfor anbefale at det omsøkte bachelorstudiet i kreativ markedskommunikasjon akkrediteres.

## 8 Vedtak

Campus Kristiania – Norges Kreative Fagskole søkte 1.september 2011 om akkreditering av bachelorgradsstudium i kreativ markedskommunikasjon (180 studiepoeng). De sakkyndige avga sin vurdering 26. februar 2012, og tilleggsvurdering 6. mars 2012.

Av vurderingen fremgår det at vilkårene i NOKUTs forskrift om tilsyn med utdanningskvaliteten i høyere utdanning av 27.januar 2011 er oppfylt, og bachelorgradsstudium i kreativ markedskommunikasjon (180 studiepoeng) akkrediteres. Akkrediteringen er gyldig fra vedtaksdato.

NOKUT forutsetter at Campus Kristiania – Norges Kreative Fagskole fyller de til enhver tid gjeldende krav for akkreditering. I tillegg forventes at høyskolen vurderer de sakkyndiges merknader og anbefalinger i det videre arbeidet med utvikling av studiet.

## 9 Dokumentasjon

Campus Kristiania- Ernst. G. Mortensens stiftelse ved Norges Kreative Fagskole- søknad om akkreditering av bachelor i kreativ markedskommunikasjon. Arkivsak: 11/384. Journalnummer: 11/2546.

Tilsvar til sakkyndig vurdering- søknad fra Campus Kristiania om akkreditering av bachelorgradsstudium i kreativ markedskommunikasjon (180 studiepoeng). Arkivsak: 11/384. Journalpost: 12/736.



