UNIVERSITETET I OSLO
UNIVERSITETSDIREKTØREN

**Til: Universitetsstyret**
**Fra: Universitetsdirektøren**

| | |
|---|---|
| **Sakstype:** | **Diskusjonssak** |
| **Møtesaksnr.:** | 2) |
| **Møtenr.** | **5/2008** |
| **Møtedato:** | **17.06.08** |
| **Notatdato:** | **30.05.08** |
| **Arkivsaksnr.:** | **2008/10304** |
| **Saksbehandler:** | **Kommunikasjonsdirektør Siv Nordrum** |

**SAKSTITTEL:**

Den eksterne omdømmeundersøkelsen av Universitetet i Oslo 2008

**Hovedproblemstillinger i saken:**

Universitetet i Oslo har for første gang fått gjennomført en omfattende ekstern omdømmeundersøkelse. Undersøkelsen er gjennomført med hjelp av Burson Marsteller.

Resultatet foreligger nå og har blitt presentert på Storsamlingen for alle ledere på universitetet i april i år.

Tilbakemeldingene i omdømmeundersøkelsen er i hovedsak at universitetet er forventet å ha en langt tydeligere profil og være mer aktiv og relevant i forhold til det øvrige samfunn.

Anbefalingene kan oppsummeres slik:

- Det trengs en samlende visjon om hvor universitetet vil være om ti år
- Universitetets fagtilbud er for bredt, det må spisses og prioriteres tøffere
- Relevansen må bli større i forskning og utdanning
- Universitetet må sterkere på banen i samfunnsdebatt og forskningsformidling
- Universitetet i Oslo trenger en ny ledelsesmodell

Det vises til vedlagte notat for utdyping. Deltakerne på Storsamlingen diskuterte omdømmeundersøkelsen og har gitt anbefalinger som også følger med i vedlegget, i tillegg til råd fra Burson Marsteller.

Universitetsstyret bes vurdere forslagene til hvordan resultatet av omdømmeundersøkelsen bør taes videre i arbeidet på Universitetet i Oslo.

**Vedlegg:**
**Notat. Omdømmeundersøkelsen - veien videre for Universitetet i Oslo**

9/6-08 Gunn Abjørnsen

**Universitetsdirektøren**
*Universitetet i Oslo*

# Omdømmeundersøkelsen - veien videre for Universitetet i Oslo

Det er blitt gjennomført en omdømmeundersøkelse av Universitetet i Oslo. Omdømmet er blitt beskrevet og målt gjennom en kvalitativ undersøkelse som omfattet dybdeintervjuer med 31 ledende personer fra politikk, forvaltning, næringsliv, organisasjoner, skolen, medier og representanter fra forskning og høyere utdanning. En kvantitativ elektronisk basert undersøkelse ble sendt til 500 personer innen samme kategorier. 250 svarte.

Universitetet ønsker å fortsette å måle omdømmet på denne måten hvert andre/tredje år for å ha et måleinstrument i arbeidet med profil og omdømme.

Svarene i undersøkelsen er blitt systematisert av Burson Marsteller, som har gjennomført undersøkelsen.

Tilbakemeldingene tyder i all hovedsak på at universitetet er forventet å være mer aktiv overfor det øvrige samfunn, tydeligere og åpnere.

Det er fem hovedfunn som er trukket ut av dette materialet.
Disse rapportene er presentert for blant annet Storsamlingen for UiO-ledere i april.
Sentrale tilbakemeldinger fra UiO-lederne på funnene i undersøkelsen er samlet i vedlegg til dette notatet. Der finnes også sentrale råd fra Burson Marsteller.

Styret vil i denne diskusjonssaken bli presentert for de fem hovedfunnene med forslag til hvordan de kan følges opp av Universitetet i Oslo.

1. *UiO trenger en samlende visjon om hvor UiO vil være om ti år.*

   Denne anbefalingen vil kunne inngå som en sentral del av arbeidet med den nye strategiske planen for UiO for kommende strategiperiode fra 2010. Det er avgjørende for å ta anbefalingen til følge at det blir anlagt et tiårsperspektiv i mandatet for arbeidet.

2. *UiO er " for bredt" i dag og må spisse fagtilbudet og prioritere tøffere.*

   Dette funnet blir ivaretatt av Prosess faglige prioriteringer og implementeringen av resultatene av denne prosessen.

3. *UiO må øke relevansen i forskning og utdanning.*

   Det er bred enighet blant respondentene om at UiO er Norges fremste grunnforskningsinstitusjon og at grunnforskning er viktigste oppgave. Likevel reises spørsmål om forskingens og ikke minst undervisningens relevans. Spørsmålet berører en rekke forhold:

   i) forskningsledelse og valg av forskningsprosjekter,
   ii) dialog med næringslivet om forskning og innovasjon,
   iii) valg av studieprogrammer i takt med uttalte samfunnsbehov på kort og lang sikt,
   iv) gjøre "sluttproduktet" av det enkelte studieprogram/emne og dets yrkesrelevans tydeligere i markedsføringen.

Det siste tiltaket er i ferd med å iverksettes i studieinformasjonsarbeidet. Andre krav til relevans er mer langsiktige spørsmål som må diskuteres i forbindelse med overordnet strategiarbeid, både institusjonelt og på fakultetene.

4. *UiO må bli tydeligere i samfunnsdebatt og forskningsformidling.*

Dette er allerede styrket og planen er å sette inn betydelig større kraft i arbeidet med synliggjøring og påvirkning, noe som i første rekke vil være avhengig av større midler i budsjettet.

Tiden kan også være inne til å lage en ny strategisk handlingsplan for universitetets tredje lovpålagte hovedoppgave, ti år etter at gjeldende formidlingsstrategi ble skrevet. I mellomtiden er innovasjon og samfunnskontakt kommet inn som organiserte virksomhetsområder i tillegg til rendyrket forskningsformidling.

5. *UiO trenger en ny ledelses- og styringsmodell.*

Dette er en anbefaling som krever en grunnleggende politisk vurdering og vil neppe bli behandlet i denne rektorperioden. Det er lovet en evaluering av den eksisterende styringsmodellen. Denne er under planlegging.

---

Se VEDLEGG: Hovedreaksjoner på omdømmeundersøkelsen fra Storsamling for UiO-ledere 23. april 2008.05.28

Vedlegg

## Sentrale reaksjoner fra UiO-lederne under Storsamlingen 23. april 2008 som ikke er dokumentert som omstridt:

- *UiO må definere sitt samfunnsoppdrag tydeligere. Dette må inn i visjonen.*
- *UiO må bli flinkere til å trekke fram den gode forskningen og slik tegne en tydeligere profil av universitetet som grunnforskningsinstitusjon.*
- *Det er viktig å fortelle de gode historiene om forskning som også kan vise relevansen, og bruke tid på å forklare grunnforsknings betydning for å løse problemer. Prosessen fram mot jubileet 2011 kan være en god plattform for å synliggjøre forskningens samfunnsnytte.*
- *Det trengs tydeligere felles profileringstiltak av studiemuligheter og studiemiljø. Det er viktig å vise utdanningens "sluttprodukt" for å gi bedre hjelp for yrkesvalget.*
- *Skolen må få bedre kjennskap til UiOs utdanningstilbud.*
- *Det trengs mer dialog mellom arbeidslivet og fagmiljøene om UiOs tilbud og arbeidslivets behov.*
- *Det må bygges ut flere kommunikasjonsarenaer mellom UiO og ulike samfunnsaktører som UiO ønsker å samhandle med.*
- *Det er nødvendig å klargjøre betydningen av stabile økonomiske rammebetingelser for forskningen og utdanning og øke finansieringen fra flere kilder.*
- *Profesjonalisere arbeidet med å innhente midler fra flere finansieringskilder.*
- *Legge bedre til rette for etter- og videreutdanning.*
- *Det er ikke generelt lav inntakskvalitet til studiene, vanskeligere å komme inn ved UiO enn undersøkelsen viser.*

Omstridte spørsmål om hvordan UiO skal møte utfordringer fra omgivelsene:

- *Krav til nye styrings- og ledelsesmodeller.*
- *Vektforholdet mellom faglig bredde og spiss.*
- *Vektingen av ressursbruken på forskning og utdanning.*
- *Betydningen av relevans i forskning og utdanning.*

Oppsummerende råd fra Burson Marsteller som gjennomførte omdømmeundersøkelsen:

- *UiO har en for utydelig posisjon overfor studentene, dette synes særlig å være utpreget i realfag. Hvorfor skal de velge UiO? Det trengs en tydeligere posisjonering vis-a-vis studenter.*
- *UiO vil trolig ha mye å tjene på en bedre dialog med næringslivet – både når det gjelder studier, forskning og finansiering. Et enkelt grep kan være etableringen av et næringslivspanel. Det trengs en mer systematisk etablering av et næringslivspanel.*

- *UiO har færre allierte og løsere relasjoner enn alle andre universiteter, enten vi snakker om politikk, forvaltning eller skoleverk. Trenger et relasjonsbyggingsprogram og et stakeholder-kart.*
- *UiO vil tjene mye på å utvikle en bred strategi for medieposisjonering av institusjonen – både når det gjelder forskning, utdanning og institusjonspolitikk.*