



Velkommen til en inspirerende dag med faglig påfyll, sosialt samvær og erfaringsutveksling med kollegaer fra andre høyskoler. Temaet for dagen:

Howdan bygge godt omdømme og merkevare for en privat høyskole?

**STED: HØYSKOLEN CAMPUS KRISTIANIA
KIRKEGATA 24, OSLO**

TID: torsdag 16. januar 2014 kl. 09.30-16.00

Seminaret er gratis!

Program

09.30 - 10.00

REGISTRERING OG KAFFE

10.00 - 10.20

ÅPNING AV SEMINARET

*Vidar L. Haanes, Rektor for MF og leder for NPH
Trond Blindheim, Rektor for CK*

10.20 - 12.00

OMDØMMEBYGGING

Valg av lærested – hva betyr mest for studenter?

v/Jannecke Wiers-Jensen, NIFU

Populære private høyskoler - eller?

v/Tuva Aune Wettland, NSO

Godt navn krever god kvalitet – hva må til?

v/Terje Mørland, NOKUT

12.00 - 13.00

LUNSJ

13.00 - 14.00

FORSKNINGSKOMMUNIKASJON

Forskningsskommunikasjon i praksis: Hvorfor og hvordan?

v/Audun Farbrot, BI

Slik en journalist ser det

v/Knut Olav Åmås, Aftenposten

14.00 - 14.30

PAUSE

14.30 -15.30

MARKEDSFØRING OG MERKEVAREBYGGING

Personlig merkevarebygging i sosiale medier

v/Thomas Moen, Merkevaresjef i Fanbooster

Engasjement som virker

v/Preben Carlsen, Trigger

15.30

SLUTTORD

v/Arne Johannes Eriksen, NPH

Seminarets foredragsholdere

Jannecke Wiers-Jensen

er forskningsleder for NIFU (Nordisk institutt for studier av innovasjon, forskning og utdanning). Hun har gjennomført en rekke undersøkelser blant studenter, blant annet en som omhandler studenters valg av studiested. Hun er medlem av referansegruppen som bidrar til etableringen av NOKUTs studentportal.

Tuva Aune Wettland

er fagpolitisk ansvarlig i NSO. Wettland er medlem av UHRs utdanningsutvalg, arbeidsutvalgsmedlem i Nettverk for private høyskoler (NPH) og medlem i ekspertgruppen for digital vurdering og eksamen (Norges universitetet og UHR). Hun har også sittet ett år som leder av Studentparlamentet ved HiOA.

Terje Mørland

Mørland er direktør for NOKUT. Han var tidligere forskningsdirektør ved Universitetet i Oslo, der han ledet den sentrale forskningsadministrasjonen. Mørland har også vært spesialrådgiver i Norges forskningsråd og forsker i Sintef Unimed. Han er utdannet sivilingeniør i biofysikk og medisinsk teknologi.

Audun Farbrot

er fagsjef for forskningsskommunikasjon ved Handelshøyskolen BI. Han utgav i 2013 boken "Forskningsskommunikasjon. Praktisk håndbok for forskere og kommunikasjonssrådgivere". Farbrot har mer enn ti års praktisk erfaring med forskningsskommunikasjon og har også en bakgrunn som næringslivsjournalist.

Knut Olav Åmås

har jobbet som journalist i Bergens Tidende, forlagsredaktør i Universitetsforlaget og redaktør for tidskriftet Samtiden. Fra 2005 har Åmås jobbet ved Aftenposten som debatt- og kronikkredaktør i avisen, og Åmås er i dag kultur- og debattredaktør samme sted.

Thomas Moen

er merkevaresjef i Fanbooster. Han hjelper merkevarer med å inspirere, motivere og engasjere sitt publikum. Han jobber med noen av Norges største merkevarer, holder foredrag og har gitt ut en fagbok om blogging med Cappelen Damm. I tillegg arrangerer han den årlige konferansen *Social Summer*.

Preben Carlsen

er daglig leder og grunnlegger av PR-byrået Trigger, har spesialisert seg på å utvikle kommunikasjon som engasjerer. Han vil ta for seg de viktigste kommunikasjonstrendene i en ny tid og dele erfaringer om hvordan man kan bruke engasjement for å få mest mulig igjen for hver investerte krone, godt krydret med å få smpler og case fra virkeligheten.

Kontaktinfo

STEIN ODDVAR EVENSEN

Kommunikasjonssjef, Campus Kristiania

stein-oddvar.evensen@c-k.no

KATINKA GRUNDSETH

Kommunikasjonssjef, NITH

katinka@nith.no