



## Rektorsbeslut

Nr 79/24

2024-07-01

Dnr C2024/543

**Ärende:** Handlingsplan för satsning på utomeuropeiska studenter vid Karlstads universitet 2025-2030

**Handläggare:** Patrik Larsson

### Bakgrund:

Under våren 2024 har en arbetsgrupp haft i uppdrag att undersöka möjligheterna och precisera förutsättningarna att arbeta med rekrytering av utomeuropeiska, betalande studenter. Arbetet har fokuserat aspekter som vilka utbildningar, regioner och länder som är lämpliga. Vidare har arbetsgruppen identifierat den infrastruktur och de resurser som är nödvändiga för att framgångsrikt kunna arbeta med att attrahera, rekrytera, behålla och stödja studenter från alla delar av världen – från att den presumtiva studenten visat intresse för studier vid Karlstads universitet till att hen tar sin examen. Arbetsgruppen förordar en satsning på utomeuropeiska studenter. Finansiering behandlas i den reguljära budgetdialogen. Handlingsplanen kommer att översättas till engelska.

### MBL-information/

**Förhandling:** Nej

### Beslut

Rektor beslutar att fastställa handlingsplanen för satsning på utomeuropeiska studenter vid Karlstads universitet 2025-2030 (planen bifogas).

I detta ärende har Jerker Moodysson rektor, beslutat och Patrik Larsson, prorektor, varit föredragande. Dan Guttke, biträdande universitetsdirektör, och Viktor Strömwall, studentkårens ordförande, har varit med om den slutliga handläggningen utan att delta i avgörandet.

Jerker Moodysson

Patrik Larsson

Kopia av beslutet utsänt till:

- Diariet
- Dekaner
- Prefekter
- Avdelningen för utbildningsstöd
- Kommunikationsavdelningen

Karlstads universitet  
651 88 Karlstad  
Tfn 054-700 10 00  
Fax 054-700 14 60  
Information@kau.se

**KAU.SE**

Beslut:	79/24	Dnr:	C2024/543	Ersätter:	-	Dnr:	-
Giltighet fr.o.m.:	2024-07-01	t.o.m.:	Tills vidare	Handläggare:	Patrik Larsson		



Handlingsplan för satsning på  
utomeuropeiska studenter  
vid Karlstads universitet

2025-2030

## Innehållsförteckning

Bakgrund och syfte.....	4
Nuläge internationell studentrekrytering .....	5
Vårt erbjudande .....	5
Antagningsomgångar .....	5
Utbudet och antal sökande till Karlstads universitet .....	5
Det nationella utbudet.....	6
Sökande nationellt .....	6
Sökande till Karlstads universitet .....	6
Utvecklingsarbete under 2023/2024 .....	7
Arbetet med handlingsplanen .....	8
Intervjuer med studenter och programledare.....	8
Statistik och erfarenheter från andra lärosäten.....	8
Workshopar.....	8
Omvärldsanalys inför valet av marknader .....	10
En föränderlig värld.....	10
Bilden av Sverige .....	10
Att välja Karlstads universitet.....	11
Idrott och studier .....	12
Viktiga faktorer för val av marknader .....	12
Marknadsförings- och rekryteringskanaler.....	14
Val av marknader för studentrekrytering .....	15
Val av fokusmarknader – en sammanfattning .....	15
Öst- och Sydostasien .....	15
Nord- och sydamerika .....	16
Sydasien .....	16
Mellanöstern.....	16
Afrika .....	16
Studentrekrytering i Europa.....	17
Processer och intern organisering .....	19
Övergripande processbeskrivning .....	19
Organisering och bemanning.....	20
Målsättningar, budget och utvärdering .....	22
Bilagor .....	24
Bilaga 1: Söksiffror.....	24

Bilaga 2: Intervjuguide studenter.....	26
Bilaga 3. Intervjuguide programledare .....	28
Bilaga 4: Utökad bakgrund inför val av fokusländer .....	30
Bilaga 5: Processkarta från intern workshop .....	39
Bilaga 6: Rekryteringsinsatser och aktiviteter.....	40
Bilaga 7: Ekonomi.....	47

## Bakgrund och syfte

Universitetet har pekat ut sex strategiska mål fram till 2030. Ett av dessa mål är att öka internationaliseringen, uttryckt på följande sätt: *Vi uppvisar en högre grad av internationaliserad verksamhet*. Denna handlingsplan syftar till att undersöka möjligheterna och precisera förutsättningarna för Kau att aktivt arbeta med rekrytering av utomeuropeiska, betalande studenter. Planen tar upp aspekter som vilka utbildningar, regioner och länder som är lämpliga att aktivt satsa på. Vidare ska handlingsplanen identifiera den infrastruktur och de resurser som är nödvändiga för att på ett framgångsrikt sätt kunna arbeta med att attrahera, rekrytera, behålla och stödja studenter från alla delar av världen, från visat intresse för studier vid Karlstads universitet till att de tar sin examen.

Karlstads universitet har sedan länge fokuserat på utbytesstudenter och i begränsad utsträckning arbetat med rekrytering av betalande, utomeuropeiska studenter. Fördelarna med att öka andelen internationella studenter vid Karlstads universitet är flera. Dels skulle det innebära en mångkulturell lärmiljö som resulterar i en annan dynamik än den som återfinns i ett homogent klassrum där studenter delar liknande bakgrund och tankaramar. Den akademiska lärmiljön har därmed potential att bli bättre och mera attraktiv och satsningen kan därmed ses som ett led i att höja kvaliteten på utbildningen, och i förlängningen forskning och administration. Det kommer också ge alla studenter på universitetet möjligheten att uppleva internationalisering på hemmaplan och bygga större och mer globala nätverk.

Satsningen är viktig inte bara för universitetet utan även för Karlstad och Värmland. För att upprätthålla ett bra och fungerande samhälle på lång sikt behöver regionen ett inflöde av talang och kompetens. Att rekrytera motiverade studenter till Karlstads universitet kan i förlängningen innebära att det omgivande samhället förses med den arbetskraft den är i stort behov av. En ytterligare aspekt att ta i beaktande, även om den inte på något sätt är avgörande, är möjligheten att kunna dimensionera universitetets verksamhet, och växa om så önskas, oberoende av statliga anslag.

Fördelarna med en sådan här satsning ska naturligtvis vara ömsesidiga och en student som väljer att studera vid Karlstads universitet måste kunna erbjudas en konkurrenskraftig utbildning som är ledande i sitt slag, eller på annat sätt utmärker sig gentemot andra liknande utbildningar. Studenter ska erbjudas en dynamisk och internationell akademisk lärmiljö och möjligheten till social inkludering och engagemang om så önskas. Studenter måste också känna en trygghet i de stödstrukturer som finns på plats, som startar redan vid visat intresse för universitetet och som guidar dem genom hela processen. Det är även viktigt att studenten, under sin utbildning, erbjuds kontakt med det omgivande samhället och näringslivet. Detta för att berika studierna, och för att öka möjligheten att rekryteras till arbete efter studierna. Detta kräver en ömsesidig dialog och utbyte mellan universitetet och det omgivande samhället.

En satsning av det här slaget behöver ses i ett långsiktigt perspektiv där första utgångspunkten är en femårsperiod. Dels kommer det ta tid att bygga upp den infrastruktur, de rekryteringskanaler och det renommé som behövs för att framgångsrikt driva projektet, dels kommer det att ta tid innan verksamheten är självförsörjande.

Det är också viktigt att internationaliseringen sker ansvarsfullt, vilket exempelvis betyder att den strategiska inriktningen på marknader är sådan att det faktiskt är möjligt i praktiken för studenter som antagits att komma hit och påbörja studierna. Det betyder också att det måste ske ett samarbete mellan myndigheter för att underlätta respektive myndighetsuppdrag och även se till att varje student som blir antagen och påbörjar sina studier vid Karlstads universitet har samma möjligheter som alla andra studenter att genomföra sina studier.

Handlingsplanen beskriver utgångspunkter och ansatser för arbetet med utomeuropeiska studenter under perioden 2025-2030. Till handlingsplanen finns också en rad bilagor som ger mer detaljer inom vissa fält samt anger konkreta åtgärder i arbetet med studentrekrytering. Tanken är att dessa bilagor ska uppdateras fortlöpande.

## Nuläge internationell studentrekrytering

I detta avsnitt beskrivs vårt nuvarande erbjudande och arbete med internationell studentrekrytering, tillsammans med lokala och nationella söksiffror som tar utgångspunkt i såväl utbildningsutbud som länder. För den som önskar ta del av fler söksiffror hänvisas till bilaga 1.

### Vårt erbjudande

Karlstads universitet har idag omkring 60 kandidatprogram och omkring 30 program på avancerad nivå. Den största andelen av programmen erbjuds med undervisningsspråk svenska. Karlstads universitet erbjuder 11 masterprogram och ett kandidatprogram med undervisningsspråk engelska inom företagsekonomi, nationalekonomi, informatik, datavetenskap, biologi, geomediala, engelska respektive musik som i varierande grad riktar sig mot internationella sökande. Utöver dessa erbjuds ca 200 fristående kurser på engelska.

### Antagningsomgångar

För våra program på engelska och som riktar sig till internationella sökande finns en nationell antagningsomgång som är anpassad för denna grupp (MASTERHT). Antagningsomgången har en längre handlägningsprocess med anpassade datum för tidigt antagningsbesked. Omgången riktar sig i första hand till internationella sökande, både avgiftsskyldiga och avgiftsbefriade studenter. Studenter från Sverige kan också söka i den internationella antagningsomgången men hänvisas främst till den ordinarie nationella antagningsomgången.

Vi deltar även i en specifik antagningsomgång (MUSIKHT) för våra utbildningar i musik som erbjuds vid campus Ingesund och omgången riktar sig till både nationella och internationella studenter.

### Utbudet och antal sökande till Karlstads universitet

Karlstads universitet har sedan studieavgifter infördes valt att inte ha fokus på rekrytering av internationella studenter. De senaste åren har antalet sökande varierat mellan 800–1900. Detta beror i första hand på utbildningsutbudet i den internationella antagningsomgången. 2019 erbjöds sju masterprogram och under åren 2020–2023 erbjöds enbart fyra masterprogram.

Inför hösten 2024 har Karlstads universitet erbjudit alla sina engelskspråkiga masterprogram i den internationella masteromgången, vilket är en bidragande orsak till att söksiffrorna ökat kraftigt. Däremot har antalet studenter som bedömts behöriga minskat. Det kan bero på fler behörighetskrav, striktare riktlinjer kring bedömning av akademiska meriter, men också att färre studenter kompletterat med korrekt dokumentation.

Tabell 1: Antal internationella sökande, registrerade och prestation

	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Antal sökande (i tid)	1461	968	887	888	1014	1856
Antal sökande i första hand	414	234	221	245	349	464
Antal behöriga sökande	230	254	258	192	181	824
Antal antagna	151	56	48	42	57	126
Antal registrerade (program inom masteromg.)		9	22	15	26	32
Utfall HST		4,8	10,3	7,8	11,2	21,7
Utfall HPR		3,4	4,2	2,9	5,2	7,6

Karlstads universitet har valt att inte arbeta med uppsökande verksamhet, informationsmöten under ansökningsprocess eller på annat sätt erbjudit rådgivning till presumtiva internationella

studenter. Det avspeglar sig också till stor del i konverteringen av studenter. Andelen av de sökande som faktiskt påbörjar utbildning och som också tar examen är mycket låg.

Tabell 2: Antal sökande per program på Kau inför HT23

	Program	Antal sökande
1	Masterprogram i datavetenskap	437
2	Masterprogram i redovisning och styrning: Master	267
3	Masterprogram i marknadsföring: Master	176
4	Masterprogram i informatik	159
5	Masterprogram i biologi: Ekologi och naturvård	109
6	Masterprogram i engelska: Språkvetenskaplig inriktning	106
7	Masterprogram i Service Management: Master	104
8	Magisterprogram i Nationalekonomi: Magister	81
9	Masterprogram i geomediastudier: Medier, mobilitet och rumslig planering	38
10	Masterprogram i innovation och tjänsteutveckling	34

Av våra utbildningar som erbjuds i den internationella antagningsomgången är det främst datavetenskap, företagsekonomi, informatik och biologi som lockar.

### Det nationella utbudet

I den internationella masteromgången erbjuder 31 lärosäten masterutbildningar varav de tekniska och äldre lärosäten erbjuder flest utbildningar och det är främst de som återfinns bland de 20 mest sökta utbildningarna. I antagningsomgången 23/24 erbjöds 911 utbildningar. De 20 mest sökta programmen i Sverige är främst inom företagsekonomi, datavetenskap, folkhälsovetenskap samt projektledning/management. Söktalen bland de 20 mest sökta programmen varierade mellan 1623 (masterprogram datalogi, KTH) och 973 (masterprogram i folkhälsovetenskap, Umeå universitet).

Idag erbjuder Karlstads universitet program inom företagsekonomi och datavetenskap där motsvarande utbildningar återfinns i topp 20 av de mest sökta utbildningarna. Karlstads universitet har utbildningar i internationellt attraktiva utbildningsområden men saknar idag marknadsföring och kapacitet för att nå ut till presumtiva studenter. Sverige som utbildningsdestination lockar internationella studenter i en rad områden. Av de mest sökta utbildningarna återfinns masterprogram inom folkhälsovetenskap/global hälsa. Idag erbjuder Karlstads universitet masterprogram i folkhälsovetenskap på svenska.

### Sökande nationellt

I den internationella masteromgången finns sökande med meriter från hela världen och representeras av 188 länder. De största grupperna består av sökande från Nigeria, Kina, Indien och Pakistan. Av europeiska länder är Tyskland störst följt av Storbritannien. Från västra halvklotet är det vanligast att ha meriter från USA.

Statistiken utgår från var sökande angett att de sedan tidigare har akademiska meriter. UHR samlar inte in data utifrån vilket land sökande är född i eller har medborgarskap. Det innebär att sökande även kan vara svenska sökande med meriter från utlandet. Det finns cirka 6000 sökande som inte angett något land alls.

### Sökande till Karlstads universitet

Sökandemönstret till Karlstads universitet följer till viss del nationella trender där Nigeria och Pakistan tillhör de största sökandegrupperna. Universitetet har en större andel sökande från

Ghana, Bangladesh och Sri Lanka, men en mindre andel från Indien. Kau rekryterar betydligt färre från stora länder som Kina, USA, Indonesien och Turkiet. Bland europeiska avgiftsfria sökande har universitetet också färre sökande från Tyskland, Nederländerna och Italien än vad man har nationellt.

#### Utvecklingsarbete under 2023/2024

Under hösten 2023 började antagningen ett utvecklingsarbete. Ett problem som tidigare identifierats var att många internationella studenter söker utbildning i ordinarie antagningsomgång. Då antagningsbesked i den omgången kommer sent hinner sökande inte ansöka om uppehållstillstånd för studier. För att minska problematiken har utbildningarna varit öppna för sena anmälningar parallellt med ordinarie omgång. Antagningen har också skött kallning av reserver till utbildningarna för att snabbt kunna skicka ut antagningsbesked efter urval, skicka fakturor för studieavgift och informera studenter om nästa steg.

Under 2023 har också ett nytt systemstöd för hantering av studieavgifter i Ladok införts vilket gör handläggningen betydligt mer effektiv, vilket även gäller hanteringen av studieavgiftsärenden. Nya regler och riktlinjer för studieavgiftshanteringen har också satts i system vilket leder till bättre kontroll av studenternas avgifter. De studenter som inte betalar i tid kommer att strykas från utbildning i ett tidigare skede. Detta kan komma att påverka antalet studenter som registrerar sig på utbildningen.



## Arbetet med handlingsplanen

I detta avsnitt görs en kortfattad beskrivning av den interna processen inom Kau för att kartlägga och analysera förutsättningarna för en satsning på utomeuropeiska, betalande studenter och för att påbörja den interna förankringen av ett sådant beslut.

## Intervjuer med studenter och programledare

Under senhösten 2023 tillsattes en arbetsgrupp bestående av prorektor, handläggare på antagningen, controller och två internationella strateger. Till gruppen knöts även en extern konsult med lång erfarenhet av internationalisering inom högre utbildning. Under våren har arbetsgruppen samlat in erfarenheter från sex nuvarande och tidigare internationella studenter respektive sju programledare för de program som erbjöds vid tidpunkten för projektet (för intervjuguider, se bilaga 2 och 3).

Resultaten från intervjuerna med de internationella studenterna visar att innehåll och omfattning på studierna upplevs fungera bra, medan det finns en del i övrigt att önska vad beträffar information, hjälp med myndighetskontakter, boende och det studiesociala. Programledarna pekar på ett värdefullt bidrag av internationella studenter på utbildningen i form av en bättre dynamik i klassrummet, ökad synlighet och attraktivitet för Kau samt att vi potentiellt kan bidra till regional och nationell kompetensförsörjning. Men det finns också uppenbara utmaningar som exempelvis bristande språkkunskaper och svårigheter att hantera akademiskt skrivande. Detta menar studenter och programledare måste hanteras i såväl urvalsprocessen som olika former av stöd till internationella studenter.

## Statistik och erfarenheter från andra lärosäten

Gruppen har även tagit fram och analyserat nationell och Kau-specifik statistik som bland annat visar att vi har utbildningar som är eftersökta av internationella studenter, såsom management, datavetenskap, informatik etc. Vidare visar dessa resultat att de studenter som söker till oss inte utgör en avspegling av söksituationen i riket som helhet. Ofta är våra sökande från länder i vilka det är svårt att navigera i den svenska migrationsprocessen och inte sällan kommer de från områden som förenas av svårigheter att betala en nordisk nivå på studieavgifter. De senare resultaten lyfts också i samtalen med andra svenska lärosäten som delat med sig av sina erfarenheter av arbetet med internationalisering. Både Stockholms universitet och Linnéuniversitetet pekar på behovet av stipendier under studietiden. Ytterligare tips och råd från andra lärosäten är att finna en ändamålsenlig organisering av verksamheten tillsammans med förmågan att både locka och behålla studenter under hela perioden från ansökan till alumn.

## Workshopar

För att informera om och förankra projektets ansats har gruppen genomfört såväl en intern som en extern workshop. Den första handlade till stora delar om att gemensamt kartlägga behov och vägar framåt, bland annat med hjälp av processkartor. Till den externa workshopen inbjöds verksamhetsansvariga för de värmländska näringslivsklustren tillsammans med arbetsmarknadens parter, myndigheter, kommuner och Region Värmland. Syftet med denna workshop var primärt att informera om universitetets planer, men även undersöka vad som krävs i form av språkkunskaper samt vad omgivande samhället kan bidra med i form av studiebesök, projektarbete etc.

Parallellt med ovan nämnda datainsamling har gruppen även arbetat med och fått med sig nyttiga erfarenheter från ansökningsprocessen till läsåret 2024/25. Bland annat har gruppen skickat informationsbrev och påmint om vilka kompletteringar som behöver göras. Handläggaren på antagningen har träffat programledarna och gruppen har erbjudit Zoom-möten där internationella studenter kunnat få information om aktuell utbildning, migrationsprocessen,

samt fått möjlighet att ställa frågor. Allt för att universitetet ska få ut mera information och samtidigt få så många som möjligt att välja oss – även med enkla medel.

## Omvärldsanalys inför valet av marknader

En omvärldsanalys är en ständigt pågående process där hänsyn tas till omgivande faktorer som på olika sätt bedöms kunna påverka en organisations uppdrag, verksamhet och genomförande. Faktorerna som tas i beaktande kan ha betydelse på kortare sikt, men är framför allt indikatorer på en utveckling med en längre tidshorisont. I sakens natur ligger att en omvärldsanalys med syftet att understödja en handlingsplan av denna typ kontinuerligt behöver uppdateras och revideras när olika faktorer förändras, nya tillkommer och andra faller bort. Omvärldsanalysen ska i första hand understödja valet av marknader och aktiviteter i handlingsplanen med ambitionen att Kau ska möta de mål som satts upp. Omvärldsanalysen bygger på omvärldens syn på Sverige generellt och på en analys av internationella studenters eventuella intresse av att studera i Sverige och vid Karlstads universitet.

## En föränderlig värld

Rekrytering av internationella studenter på en global marknad är en dynamisk verksamhet som är känslig för störningar, särskilt under osäkra tider. Den påverkas av såväl internationella, nationella som av lokala omständigheter. Den globala pandemin, den fullskaliga invasionen av Ukraina, internationella inflationsökningar och Sveriges anslutning till Nato är exempel på händelser som direkt påverkar internationella studenters rörlighet och val av studiedestination. Även mer nationella frågor som exempelvis migrationsregler, läget på arbetsmarknaden och lokal bostadspolitik påverkar lärosätens möjligheter att attrahera internationella studenter. När marknadsförändringar sker är inte alltid enkelt att förutsäga och plötsliga förändringar kan resultera i minskningar av antalet inskrivna studenter mot vad som förväntats, även under tider av stabilitet. Ett sätt att hantera osäkerheten på rekryteringsmarknaden är därför att kasta ett något geografiskt bredare nät och upprätthålla aktiviteter i ett spektrum av länder runt om i världen. Detta beroende på vilka resurser som finns till hands för dessa aktiviteter. Att precis kunna bestämma vart ifrån man ska rekrytera studenter vid en given tidpunkt är alltså ingen exakt verksamhet. Valet av länder man primärt vill rekrytera från ska framförallt ses som en inriktning på verksamheten.

Intresset från internationella studenter att komma och studera i EU och Sverige är idag fortsatt högt. Bland annat har Brexit inneburit att fler studenter väljer bort Storbritannien till förmån för andra länder inom EU. Många tilltalar av den höga kvaliteten på utbildning, möjligheten att kunna leva ett fritt och självständigt liv som student och att genom Schengensamarbetet ha tillgång till en hel världsdelen. Att en student vid Kau som en bieffekt ges möjlighet att utforska Europa och kanske tänker sig ett fortsatt yrkesliv här ska inte underskattas vid utformandet av en rekryteringsstrategi. Ofta söker studenterna flera olika lärosäten samtidigt i Europa eftersom vart man hamnar geografiskt kan spela mindre roll än det faktum att man kan studera i EU. En trend är således att Europas frihetsideal och den fria rörligheten har stor betydelse för valet av studiedestination. Givet den politiska turbulensen i USA och den relativt sett högre kostnaden för en universitetsutbildning jämfört med i EU, kan på sikt även innebära att amerikanska studenter är mer benägna att studera utomlands.

## Bilden av Sverige

Samma logik som skäl till att man vill studera inom EU gäller ofta vid val av lärosäte i Sverige. Detta betyder att Kau precis på samma vis som andra svenska lärosäten som vill rekrytera internationella studenter till stor del behöver marknadsföra det som Sverige som land kan erbjuda en student, förutom att locka med det som EU-samarbetet kan ge. I denna kategori faller frågor som har med Sveriges internationella rykte att göra. En sammanfattande omvärldsanalys ger vid handen att trots att Sveriges internationella rykte förändrats något över senare år, från att mestadels ha setts med klart övervägande positiva ögon till en mer nyanserad

bild, så är Sveriges attraktivitet fortsatt hög. Bilden av Sverige som ett säkert, jämställt, innovativt och progressivt samhälle finns kvar även om bilden komplicerats något i vissa delar av världen. Svenska Institutet sammanfattar i sin rapport från 2023 Sverige bilden utomlands på följande vis:

- Bilden av Sverige är stabil och positiv i stora delar av världen. Bilden har legat stabil under flera år.
- Det finns parallella och motsägelsefulla bilder av Sverige. I västländer har bilden förbättrats, i vissa länder i Mellanöstern har den försämrats.
- Sveriges nationsvarumärke är starkt. Sverige är attraktivt för handel och investeringar, grön omställning, demokrati och ett starkt samhällsstyre. Genom vår attraktionskraft konkurrerar vi om talang och investeringar med några av världens starkaste ekonomier.
- Det finns aktörer som medvetet vill skada bilden av Sverige genom att koppla samman händelser i Sverige och Sveriges hållning med globala konfliktytor. Desinformation om Sverige utgör en utmaning.
- Sveriges starka nationsvarumärke, attraktionskraft och relationer med omvärlden utgör en grund för motståndskraft mot desinformation. Det är viktigt att fortsätta att ha internationell närvaro, dialog och erfarenhetsbyte med andra länder.
- Sverige upplevs i hög utsträckning som ett lands som satsar på utbildning. Sverige anses även vara en framstående nation inom forskning.

### Att välja Karlstads universitet

Naturligtvis finns det individer som har bestämda åsikter om vilket särskilt lärosäte de primärt vill till i Sverige, men ofta förväntas en god kvalitet på utbildning och ett bra studentliv oavsett vilket lärosäte studenten kommer till. Därför är det viktigt i marknadsföringen fokusera på särskilda skäl till varför en student ska välja Kau före andra svenska lärosäten då många presumtiva studenter i detta skede av beslutsfattandet är osäkra och möjliga att påverka. Här kommer frågor av mer lokal karaktär in såsom hög kvalitet i utbildning och forskning, bra studiemiljö, bra boende, ett rikt studentliv med möjligheter till fritidsaktiviteter och senare även frågor som arbetsmöjligheter efter avslutade studier in. Detta är faktorer som Kau i högre utsträckning kan påverka och som även bör understrykas i marknadsföringen. En trestegsmodell från EU-, Sverige- och den lokala nivån med omvärldsanalysen i ryggen bör resultera i en rekryteringsstrategi för den särskilda marknaden som ger bäst effekt. En avgörande faktor för många studenter att komma till Sverige under senare år har varit vårt starka fokus på hållbarhetsfrågor och Agenda 2023 ramverket ([Vårt arbete med Agenda 2030 och de globala målen - Svenska FN-förbundet](#)). Universitetet bör därför särskilt lyfta fram lärosätets styrkor i detta hänseende.

Mot bakgrund av att vi startar en satsning på rekrytering av internationella studenter från en antalsmässigt låg nivå, bör det poängteras att oavsett vilken marknad som väljs kommer det att ta tid att bygga upp rekryteringen. Det kommer krävas uthållighet och tålamod med de aktiviteter som genomförs. För att inledningsvis minska risken för alltför stor tillit på några få nyckelmarknader, har globala marknadstrender av relevans för studentrörlighet granskats och en uppsättning av primära fokusmarknader som erbjuder största möjligheten för studentrekrytering till Kau identifierats. Dessa kommer att ägnas mest personella och ekonomiska resurser under den kommande femårsperioden. En uppsättning sekundära marknader har också identifierats. Dessa marknader anses också lovande för studentrekrytering. Kau kommer att bedriva studentrekryteringsaktiviteter inom dessa regioner men med mindre resurser.

Universitetets förhållningssätt till rekrytering på sekundära marknader kan variera beroende på tid, resurser och potential.

En sista del i analysen av marknader har varit att identifiera marknader med framtida potential, så kallade marknader av intresse. Dessa marknader genomgår förändringar i studentmobiliteten som indikerar att de kan vara av betydande intresse i framtiden. Intressanta marknader kommer kontinuerligt att analyseras, övervakas och utforskas för deras potential som studentrekryteringsbas i framtiden.

## Idrott och studier

En allt mer ökande faktor vid val av studiedestination för internationella studenter gäller möjligheten till en meningsfull och aktiv fritid utanför studierna. I sitt erbjudande till internationella studenter behöver ett lärosäte därför i högre grad kunna lyfta fram möjligheten till att kunna kombinera studier med en fortsatt satsning på en idrott eller annan liknande fritidsverksamhet. Vid Kau finns mycket goda förutsättningar för att höja attraktiviteten för lärosätet bland internationella studenter genom att erbjuda möjligheten till en så kallad "dual career" vilket innebär att studenten erbjuds att anpassa och planera såväl studier och en fortsatt idrottsatsning för att kunna lyckas med båda ambitionerna. Tack vare Kaus geografiska läge och omgivande idrottsliga förutsättningar samt lärosätets många relationer med olika idrottsföreningar och regionala och nationella idrottsförbund finns goda förutsättningar för att studenten ska kunna hitta en förening där satsningen på idrott kan kombineras med studierna. Genom att Kau även redan är ett s.k. Elitidrotts Vänligt Lärosäte (EVL) finns en upparbetad organisation och policy för hur arbetet ska utföras vilket enkelt kan överföras till även de internationella studenterna. Det som kommer krävas är främst en utökad anpassning inom programmen vilket sker i samråd med programansvariga. Satsningen på idrott och studier, som en del av ambitionen att öka andelen internationella studenter vid Kau generellt, kommer att ge lärosätet en konkurrensfördel över tid i sitt marknadsförings- och rekryteringsarbete. Det kommer även på sikt ge lärosätet ytterligare internationella akademiska relationer då flera av de framstående europeiska akademiska institutionerna ligger i framkant i dessa frågor. För arbetet med att utveckla dual careers inom EU har även EU-kommissionen avsatt en betydande andel ekonomiska medel för Kau att söka bidrag från.

## Viktiga faktorer för val av marknader

En betydande faktor i valet av rekryteringsmarknad utgörs av vilka socioekonomiska förutsättningar som föreligger i de länder som Kau avser rekrytera internationella studenter från, då utbildningen är avgiftsbelagd. Det går inte att dra enkla slutsatser om förekomsten om presumtiva studenter utifrån ett lands ekonomiska situation, men en viss vägledning fås genom att studera ett lands ekonomiska utveckling. En stark medelklasstillväxt indikerar till exempel att fler har möjlighet att välja att studera utomlands. Detsamma gäller om löneläget i Sverige är högre i en rad branscher eller för en viss kategori av yrken. Attraktionskraften ökar också om man via sina studier kommer att vara särskilt efterfrågad på arbetsmarknaden. Det senare gäller tydligen de med ingenjörsexamen under senare år.

En annan faktor som är av vikt för valet av fokusmarknader gäller de förkunskapskrav som studenten har med sig innan sina studier vid Kau och vilka förutsättningar som finns för att studierna fullföljs. I vissa delar av världen är såväl studieteknik som förkunskapskrav annorlunda.

En faktor som också ligger till grund för valet av marknader är möjligheten för studenten att slutligen få tillstånd att komma till Sverige att studera. Rekryteringsstrategin byggs självfallet inte på dessa grunder, men utmaningen behöver beaktas, såväl för studentens som för lärosätets skull. Vid valet av rekryteringsmarknader ska även rekrytering från andra

europiska länder omfattas. Målsättningen är att Kau på sikt ska ha en större andel såväl europeiska som icke europeiska studenter i sina klassrum. Därav appliceras ovan kriterier i omvärldsanalysen för valet av marknader även på EU-studenter, som inte betalar en studieavgift.

## Marknadsförings- och rekryteringskanaler

Eftersom rekrytering av internationella studenter utanför utbytesavtal är en ny satsning vid universitetet, behövs en viss marginal för att bygga upp kunskap och förståelse för målgruppernas beteende, kanalval samt vilka argument som kan vara framgångsrika i olika delar av världen. Material från Svenska institutet/Study in Sweden och andra aktörer kan vara bra källor och tid behöver avsättas för inläsning. Syftet är att nå framgång i rekryteringen av internationella, betalande studenter samt stärka universitetets varumärke internationellt.

Möjliga aktiviteter och resurser är bland annat:

- Interna resurser och kontaktnät för marknadsföring (tänkbara kanaler: presentationer på mötesfora samt i internationella kontorets nyhetsbrev och på Inslaget)
- Karlstads universitets webbplats och relevanta digitala kanaler (ev användning av appen Goin beslutas av IT-strateg efter säkerhetsprövning)
- Riktade insatser på nationella och internationella mässor
- Studyportals.com eller liknande kanaler beroende på utvald marknad
- Deltagande i rekryteringsinitiativ med andra svenska lärosäten
- Samordning med Eunice och andra samarbetsytor.
- Redan etablerade universitetssamarbeten
- Ambassader och andra svenska utlandsmyndigheter
- Utländska ambassader i Sverige som representerar länder Kau vill rekrytera studenter från
- Studentagenturer och andra upphandlade tjänster.
- Svenska Institutet /Study in Sweden
- Dialog med samt uppmuntra och stödja studentkårens aktiviteter och kontaktnät
- Internationella alumner inkl examenshögtider (fysiska eller digitala)
- Samarbete med Karlstads kommun, Region Värmland och övrigt omgivande samhälle.

Marknadsföringen följer hela projektets planering, och ingår i årliga handlingsplaner, uppföljningar och justeringar för att flexibelt kunna anpassas till kampanjresultat, valda marknader, utbildningsutbud och förändringar i omvärlden.

## Val av marknader för studentrekrytering

I det här avsnittet görs en kondenserad redogörelse för valet av marknader för studentrekrytering. Valet av har gjorts utifrån principer baserade på såväl Karlstads universitets attraktionskraft internationellt som på Sveriges attraktionskraft som studiedestination. Detta inkluderar en bedömning av utbildningarnas sannolika attraktionskraft i olika länder och regioner samt en bedömning av sannolikheten att studenter från en viss region ska ha möjlighet att kunna ta sig till Karlstad och genomföra sina studier.

I arbetet har vi delat in olika geografiska områden i olika typer av marknader. *Fokusmarknader* utgörs av länder och områden där vi bedömt att våra resurser ska fokuseras mot. För att komma in på dessa marknader krävs personella och ekonomiska resurser i form av bland annat intern organisering och bemanning och hjälp med bostäder, tillsammans med ett väl fungerande stipendiesystem. Det kräver också en rad aktiviteter i form av medverkan i evenemang riktade till, och i, aktuella länder, nyttjande av kollegors nätverk och andra etablerade kanaler, men även satsningar i form av kontakt med ambassader och svenska beskickningar utomlands.

De *sekundära marknaderna* utgörs av länder som Kau bedömt att det finns goda möjligheter att rekrytera studenter ifrån men som inte ännu är en fokusmarknad. Dessa kräver också engagemang, om än i något mindre omfattning. *Marknader av intresse* utgörs av geografiska områden som på längre sikt kan vara av intresse att inleda aktiva rekryteringsinsatser från. Aktiviteter som görs begränsas till förberedelser för eventuell rekrytering på längre sikt.

## Val av fokusmarknader – en sammanfattning

Fokusmarknaderna nedan har valts ut med utgångspunkt att presumtiva sökande ska ha goda förutsättningar att komma på plats till utbildningens start och ha goda möjligheter att klara de steg som krävs för att en internationell student ska genomföra hela processen från ansökan till examen. Detta gör att marknader med kanske normalt höga antal sökande prioriterats ned något till förmån för marknader där vi gör bedömningen att de sökande har goda förutsättningar att antas, ta sig till och genomföra utbildningen. Som ovan beskrivits kommer ändå uthållighet och tålamod krävas för att vi ska lyckas på dessa fokusmarknader. Hur marknadsförings- och rekryteringsresurserna fördelas mellan dessa länder kommer också att variera då vissa marknader kommer att kräva mer insatser än andra. På vissa marknader kommer det krävas fysiska besök och på andra platser kommer det kunna göras mer genom digitala verktyg och kanaler. En tydlig röd tråd i valet av fokusmarknader är länder där Sverige har stark offentlig och privat närvaro i övrigt. Att Kau etablerar samarbeten med dessa aktörer, som bland annat svenska ambassader och Business Sweden-kontor, menar vi utgör en viktig draghjälp för våra ambitioner att sprida kunskap om lärosätet till möjliga framtida internationella studenter. I bilaga 4 till denna handlingsplan återfinns en mera utförlig genomgång vad beträffar valet av fokusmarknader.

### Öst- och Sydostasien

I Öst- och Sydostasien har Japan, Sydkorea och Vietnam valts ut som fokusmarknader. Detta för att dessa länder tydligast matchar de kriterier som gått igenom tidigare i detta dokument. Det är länder där Sveriges offentliga närvaro är stark och där det finns möjlighet att bygga ett stadigt studentflöde till Kau över tid. Vad gäller Japan och Sydkorea i synnerhet är det även möjligt för universitetet att etablera en egen profil eftersom inte alla svenska lärosäten är aktiva med rekryteringsinsatser där. Vietnam är utvalt för att det finns ett starkt driv hos landets studenter att studera utomlands om tillfälle ges för att också kunna bidra med ökad kompetens på hemmaplan efter avslutade studier. Landet har även öppnats upp något mer under senare år, vilket gett en bättre socioekonomisk utveckling som gör det möjligt för studenter att studera utomlands.



## Nord- och sydamerika

I Nord- och Sydamerika har Kanada och Mexiko valts ut som fokusmarknader. Här kan även fler länder som till exempel Brasilien och USA väljas ut som fokusländer beroende på utvecklingen. Mot bakgrund av våra kriterier anser vi att Kanada och Mexiko utgör de länder som passar bäst med vår profil och utbildningar. Bland annat har studenter från dessa länder en stark tonvikt på en god möjlighet till ett rikt friluftsliv- och aktivt liv utanför studierna. Något som Kau och Karlstad kan erbjuda. Ett starkt fokus på hållbarhets- och miljöfrågor är också viktigt för dessa studenter.

## Sydasien

I Sydasien har Indien valts ut som fokusmarknad eftersom indiska studenter i allt högre omfattning är benägna att studera utomlands och då landets befolkningstillväxt innebär att bristen på kompetens kommer att utvecklas så fort att det inhemska utbildningssystemet kan få svårt att fylla behoven. Det kommer alltså krävas att allt fler indiska studenter inhämtar sin kompetens utifrån. Många indiska studenter väljer också att efter avslutad examen fortsätta sitt arbetsliv i det land de studerat i och de är inte oberoende att ha en internationell karriär. Särskilt viktigt i Indien är att fokusera rekryteringsinsatserna på vissa regioner i Indien och inte hela landet för att få en god utväxling på de resurser som avsätts.

## Mellanöstern

I Mellanöstern har Turkiet identifierats som den viktigaste marknaden för Kau. Detta för att Turkiets studenter i allt högre utsträckning bland annat söker sig utomlands för att hitta alternativ till det utbildningssystem som finns på hemmaplan. Man vill även få möjlighet till att studera och i förlängningen arbeta inom EU. Befolkningstillväxten är också stark och högre än inom EU med en fjärdedel av befolkningen under 15 år. Detta betyder att på sikt kommer allt fler än idag söka sig utomlands då landets utbildningssystem sannolikt inte kommer att räcka till. Att Kau redan nu positionerar sig och arbetar upp ett välfungerande rekryteringssystem i landet är därför av vikt.

## Afrika

I Afrika har Sydafrika och Kenya tagits fram som fokusmarknader före mer folkrika länder som Nigeria m.fl. Detta har gjorts för att de två länderna illustrerar en mer hållbar rekrytering över tid. Dels åtnjuter Sverige mycket goda diplomatiska och politiska relationer med Sydafrika och Kenya sedan lång tid tillbaka, dels är det offentliga och privata Sverige starkt närvarande i de båda länderna. Utifrån de två ländernas geografiska, ekonomiska och politiska läge är de på sikt också mest intressanta att satsa på. Kenya är en stark ekonomisk och politisk aktör i Östafrika och Sydafrika är den starkaste ekonomiska makten överlag i Afrika. Att rekrytera från dessa två länder kommer att kräva ett nära samarbete med det offentliga Sverige på plats och kommer som bi-effekt kunna innebära att Kau kan rekrytera ett jämnt och hållbart flöde av studenter även från närliggande länder till dessa två. Detta då såväl Sydafrika som Kenya fungerar som viktiga aktörer även inom de olika samarbetsorgan i Afrika, som bland annat Afrikanska Unionen (AU), där internationella samarbetsfrågor diskuteras. EU har bland annat ett pågående samarbete inom ramen för det som kallas European Education Area (EEA) med många av länderna inom AU, samt även bilateralt direkt med bland annat Sydafrika och Kenya inom ramen för andra EU-program.

Tabell 3: Utomeuropeiska marknader för internationell rekrytering

Region	Fokusmarknader	Sekundära marknader	Marknader av intresse
Östasien Sydostasien	Japan Vietnam, Sydkorea	Kina, Indonesien,	Thailand, Filippinerna
Nord- och Sydamerika	Kanada, Mexiko	Brasilien, USA	Chile
Sydasien	Indien	Pakistan	Sri Lanka
Mellanöstern	Turkiet	Egypten	
Afrika Oceanien	Sydafrika, Kenya	Nigeria, Australien, Etiopien	Ghana

### Studentrekrytering i Europa

Även om denna handlingsplan främst rör strävandena att öka fler utomeuropeiska studenter så är det viktigt att poängtera att Kau fortsatt kommer att rekrytera europeiska studenter till lärosätet. Att göra detta är i sig viktigt då det innebär en möjlighet till en bra mångfald av studenter. Flertalet av de studenter som kommer från dessa länder kommer även, om de så väljer, att ha en god möjlighet att efter sina studier komma in i arbetslivet i Karlstad, den omgivande regionen och Sverige som helhet. Att satsa på europeisk talangrekrytering till Sverige blir ett viktigt verktyg för Kau:s målsättning att vara en samhällsnyttig aktör som bidrar till Sveriges mål om ökad konkurrenskraft och en högre innovationstakt generellt i landet. Många av de europeiska studenterna kommer också i sig vara en god draghjälp i att rekrytera icke-europeiska studenter till Kau genom sina egna nätverk och sina egna personliga relationer. De kommer också genom sin närvaro vid Kau göra lärosätet mycket mer attraktivt som val för både svenska och icke-europeiska studenter då ett internationellt campus är vad många studenter och lärare efterfrågar. En ökning av europeiska studenter vid Kau är viktigt för att öka lärosätets nationella och internationella exponering och attraktionskraft. Det kommer även att stärka Kau:s roll inom Eunice och göra universitetet mer intressant för lärosätets partners. Kau kommer även att över tid kunna få hjälp inom ramen för Eunice-samarbetet med både marknadsföring och rekrytering av internationella studenter. Detta kommer på sikt även att gynna forskning och andra delar av verksamheten.

Valet av fokusmarknader i Europa illustreras främst av länder där Kau kan hitta en nisch eller profil inom vissa utbildningar. Sannolikt har europeiska presumtiva studenter bättre möjligheter att inhämta förkunskaper om Kau:s olika utbildningar än utomeuropeiska. Det gör att de kan vara benägna att göra ett mer specifikt val. Förutom dessa kriterier har valet gjorts baserat på vilka länder som Sverige har särskilt goda relationer med, samt utifrån principen hur studentmobiliteten ser ut generellt. Listan av fokusmarknader inom Europa kommer dock sannolikt att fluktureras över tid då resurserna på internationell studentrekrytering framförallt kommer att läggas på icke europeiska studenter.

Tabell 4: Europeiska marknader för internationell rekrytering

<b>Fokusmarknader</b>	<b>Sekundära marknader</b>	<b>Marknader av intresse</b>
Norden, Tyskland, Spanien, Frankrike, Italien, Belgien, Portugal, Grekland, Polen, Storbritannien, Nederländerna, Estland, Lettland, Litauen	Österrike, Kosovo, Irland, Ungern	Serbien, Bulgarien, Rumänien, Bosnien, Kroatien

Storbritannien har särskilt valts ut mot bakgrund av förväntande långsiktiga effekter av Brexit. En ekonomiska nedgång har skett i landet efter Brexit och de inhemska lärosätena har tappat i konkurrenskraft. Sammantaget kan det förmodas att fler brittiska studenter söker sig utomlands och att fler briter ser det som bättre att söka sig en yrkeskarriär och ett liv utanför sitt hemland. Då också i så fall lättare kommer i åtnjutande av fri rörlighet inom hela EU.

## Processer och intern organisering

Den interna organisering och ansvarsfördelning som sker vid Kau måste matcha mål och ambitioner som lärosätet har bedömt som rimliga för rekrytering av internationella studenter. Det kan handla om resurstillsättning eller omfördelning av redan befintliga resurser. För att satsningen ska kunna genomföras framgångsrikt krävs även en tydlig ansvarsfördelning och ett gott samarbete mellan avdelningar och enheter samt mellan stödfunktioner och undervisande verksamhet.

## Övergripande processbeskrivning

I denna handlingsplan har vi utgått från en övergripande beskrivning av de processer som måste vara på plats för att hantera satsningen tillsammans med en bedömning av vilka resurser dessa kräver vid sidan av ordinarie verksamhet. Processkartläggningen bygger dels på andra lärosätets erfarenheter, till exempel att förberedelser för kommande läsår börjar mycket tidigt och att satsningen omfattar såväl examen som alumnverksamhet. Dels har vi tagit del av tidigare processkartläggningar som gjorts vid Kau samt summerat inspelen från ett tjugotal deltagare vid den interna workshopen (se bilaga 5). Vi vill också peka på vikten av att denna processbeskrivning behöver utvecklas över tid för att säkerställa att universitetets processer är aktuella, dokumenterade och lätta att följa. Projektgruppen har även tagit fram en aktivitetsplan (se bilaga 6) med syftet att samla och konkretisera de aktiviteter som behöver hanteras under det kommande året.

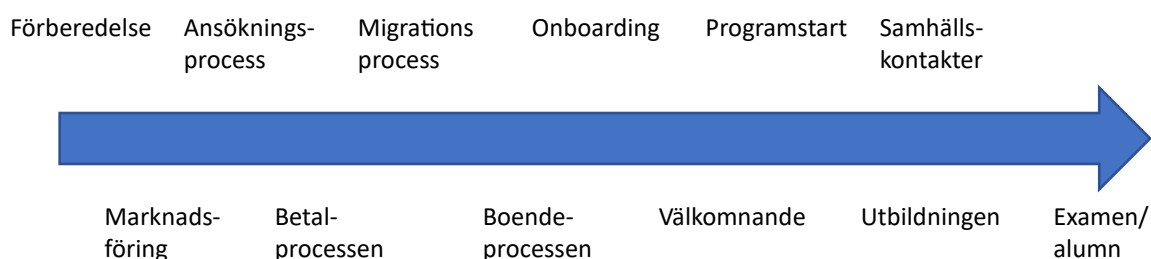


Fig. 1: Övergripande processkarta

*Förberedelserna* behöver pågå under hela året och omfatta bland annat utlysningar av medel till verksamheten för ökat internationalisering av utbildningsutbudet, språkstöd och hjälp med framtagande av såväl kursmaterial på engelska som övning i att nyttja det multikulturella klassrummet som lärare. *Marknadsföringen* pågår under hela året, men mer intensivt under perioden september till januari. Parallellt med att vi nyttjar personliga nätverk och befintliga kontakter så kommer det att kräva en utveckling av innehållet på webbplatsen, ytterligare insatser i sociala medier och närvaro på mässor. *Ansökningsprocessen* (oktober till januari) är mycket viktig både när det gäller attraktion och urval av studenter som har goda förutsättningar att klara studierna. Att säkerställa goda kunskaper i engelska och erbjuda en så individualiserad rådgivning som möjligt är viktiga områden att jobba med.

*Betalprocessen*, som pågår under april till juni, föregås av en antagning där studenter som möter antagningskraven erbjuds en plats på aktuell utbildning, under förutsättning att de erlägger avgiften. Denna del i processen ger en god indikation på vilka som har för avsikt att verkligen komma till den utbildning man erbjudits plats vid. Det är viktigt att vi erbjuder webinarier tidigt, så att man känner sig välkommen och att studenter kan få stipendiestöd för sina studier. Här rekommenderar gruppen användningen av sociala medier, t ex appen, Goin, som underlättar pre-boarding och bidrar till att studenter hittar såväl varandra som erforderlig

information redan när man står i begrepp att göra sitt val av utbildningsort. För att *migrationsprocessen* inte ska bli onödigt utdragen krävs att studenterna fyller i blanketterna rätt och bifogar erforderliga bilagor till ansökan. Därför kommer det att krävas att Kau erbjuder ett personligt, interaktivt stöd. Detta förutsätter också goda kontakter med Migrationsverket.

Det har visat sig att *boendet* är en viktig aspekt och det krävs att universitetet har en nära kontakt med hyresvärdar och kan erbjuda möblerade rum till utomeuropeiska studenter, trots att de har vare sig personnummer eller BankID när de anländer. Var gränsen för preboarding, *onboarding* och socialt stöd går är inte helt lätt att urskilja. Både studenter och lärare vittnar om värdet av en obligatorisk onboarding innan kursstart, med både digitala och analoga delar. Den kan omfatta språk och akademiskt skrivande med inslag av studiesociala aktiviteter i samverkan med studentkåren. I samband med *välkommandet* och *programstarten* måste de utomeuropeiska studenterna kunna ta del av samma introduktion som utbytesstudenterna, vilket innebär ett studiesocialt välkomnande tillsammans med kåren, erbjudande med stödfamiljer och mentorer, hjälp att skaffa busskort, bankkort och en allmän introduktion i det svenska samhället. Därefter tar studierna vid och då *utbildningen pågår* så är det viktigt att Kau kan erbjuda och ha kompetens för internationella aspekter av studievägledning, studenthälsa och pedagogisk utveckling. Flera av de som bidragit i denna utredning pekar på att kontakten med *omgivande samhälle* och presumtiva arbetsgivare inte är lika etablerad som den är för reguljära studenter. Detta kräver en utveckling av andelen gästföreläsare, studiebesök, praktik och projektarbete i företag och förvaltningar.

Processkartan omfattar även *examen och alumner* där våra internationella studenter idag kan ha svårt att delta i våra traditionella examenshögtider då de i normalfallet lämnat Karlstad ett halvår efter avslutad utbildning. Detta kan lösas genom särskilda examenshögtider eller möjlighet att delta digitalt. Alumnerna har också en mycket central roll som ambassadörer i arbetet med att bygga upp och utveckla vårt erbjudande till internationella studenter.

## Organisering och bemanning

Gruppens bedömning är att uppdraget med att rekrytera utomeuropeiska studenter bör placeras organisatoriskt vid international office (IO). Samtidigt är det viktigt att arbetet sker i nära samverkan med övriga funktioner. Universitetets mål är att nå en volym om 100 internationella studenter (HST) per år till år 2030. En försiktig bedömning är att dessa ambitioner skapar ett behov av ett resurstillskott i en omfattning om 215 procent, där arbetsgruppen föreslår att dessa fördelas enligt följande och att 10 procent lämnas ofördelade till en början för att öka flexibiliteten:

### **International Office, IO (125%)**

**Uppgifter:** Projektledning, samordning av aktiviteter, bevakning av event och mässor, relationsbyggande, internationella och nationella nätverk för rekrytering internationella studenter (exempelvis: NIMK, nätverket för internationell marknadsföring och kommunikation), introduktionsevent, fadderverksamhet, kontaktfamilj, bostadsförmedling, stipendieadministration, visumstöd och migrationsfrågor, förberedelser i form av webinarier. Vid den här funktionen landar alla övriga interna och externa frågor.

### **Antagningsenheten (50%)**

**Uppgifter:** Ansökning, antagning, informationsutskick, kommunikation runt betalningsförfarande.

### **Kommunikationsavdelningen (10%)**

**Uppgifter:** Kommunikation och marknadsföring, spridning i sociala medier, marknadsföringsmaterial, nationellt nätverk för studentrekrytering, marknadsföring och kommunikation av internationella studenter (NIMK) samt alumnverksamhet och examenshögtid.

### **Externa relationer (10%)**

**Uppgifter:** Företags- och organisationskontakter, samarbeten om stipendieprogram, internationell praktiksamordning, forsknings- och projektsamarbeten med omgivande samhälle.

### **Ekonom/Controller (10%)**

**Uppgifter:** Ekonomitransaktioner, inbetalningar och återbetalningar, prognoser, analyser och uppföljningar för projektledning.

### **Studentkårsaktiviteter**

**Uppgifter:** Bevaka och samordna internationella studenters sociala sammanhang, inkludera och integrera i befintliga föreningar.

### **Alumnverksamhet**

**Uppgifter:** Kontaktknytande med alumner vid intresse/ansökan till universitetet. Relationsbyggande med alumner som stöd för marknadsföring och information innan ankomst. Samordning och nätverksbyggande studenter emellan.

I ovanstående sammanställning ingår stöd till studentkårsaktiviteter och alumnverksamhet för internationella studenter inledningsvis i uppdraget till International Office och det behöver ske ett nära samarbete med kommunikationsavdelningen. Vi vill även peka på att satsningen med största säkerhet leder till ökande behov för fler funktioner. Stöd för studie- och karriärvägledning, studenthälsa, utbildnings- och fakultetsadministration är dimensionerade för dagens volymer. En ökning av internationella studentvolymer innebär att ytterligare resurser behöver tillsättas även där. Vidare ser vi behov av en referensgrupp för rekrytering av internationella studenter. Den arbetsgrupp som tagit fram handlingsplanen för internationell rekrytering bör utgöra denna referensgrupp.

Utöver bemanning av ovan nämnda funktioner innebär rekrytering av internationella studenter deltagande i mässor, event, marknadsföringsmaterial, ersättning till ombud och övriga kostnader. En samlad uppskattning av kostnader för en projektperiod på fem år är 500 000 SEK/år.

## Målsättningar, budget och utvärdering

En viktig målsättning med projektet är att öka antalet utomeuropeiska studenter vid Kau. Detta ska ske genom uppbyggnaden av en väl fungerande verksamhet med gott renommé. Nedan har vi försökt konkretisera målen i några korta punkter.

- Vi ska ta väl hand om och utveckla välmotiverade studenter från utomeuropeiska länder
- Tillsammans med näringslivet erbjuder vi attraktiva utbildningar och utvecklar ett stipendieprogram
- Vi är långsiktiga och genomför en balanserad utbyggnad, där vi beaktar en ansvarsfull och socialt hållbar internationalisering
- Vi ska ha drygt 100 studenter (HST) år 2030
- Informatik, datavetenskap och företagsekonomi har hög attraktion, tätt följda av flera intressanta utbildningar.

Satsningen kräver att resurser tillsätts, att vi sätter oss in i nya marknader, arbetsuppgifter och arbetssätt. Det är viktigt att fortlöpande utvärdera och justera ansatsen för att anpassa verksamheten i takt med skiftande förutsättningar. Gruppens bedömning är att det kommer att ta tid innan satsningen ger resultat och att vi därför bör arbeta med successiv höjning av målen vad gäller antalet studenter. Dessa mål revideras genom en årlig process i samband med att handlingsplanens bilagor uppdateras. Denna revidering av mål och handlingsplanens bilagor bör utföras av arbetsgruppen med stöd av ledningsgruppen för satsningen. Målen och årlig verksamhetsplan fastställs av enhetschefen för studentstöd.

Tidigare har vi redogjort för våra *fokusmarknader*. Våra program på avancerad nivå kommer att utgöra vårt främsta utbud och vi gör bedömningen att master-programmen i *informatik*, *datavetenskap* och *företagsekonomi* fortsatt kommer att ha högst attraktionskraft. Med detta sagt kommer även övriga program att få ett gott stöd. Vi har uppskattat att antalet helårsstudenter (HST) stegvis kommer att nå 122 år 2030, vilket framgår av tabell 5 nedan.

Tabell 5: Målsättning om årligt antal studenter, HST

2025	2026	2027	2028	2029	2030
17	28,5	50	74	95	122,5

När det kommer till intäkter så har vi beräknat att hälften av studenterna kommer att läsa utbildning med en HNT-prislapp (75 kkr/termin) och den andra hälften läser HS-utbildningar (45 kkr/termin). Dessa avgifter genererar en administrativ avgift om 30 kkr per student samt ett avdrag om 23 procent på studieavgiften som finansierar den centrala delen av satsningen. Resterande 77 procent av studieavgiften samt 12 000 kr extra per HST för fakultetsadministrationen fördelas till fakulteterna. Kostnaderna för att hantera satsningen på utomeuropeiska studenter omfattas främst av löner och lokaler samt övriga kostnader i form av resor, avgifter för mässor, marknadsföringsmaterial, ombud i andra länder och licensavgifter för teknisk plattform. För en mera utförlig redogörelse av beräkningarna hänvisas till bilaga 7.

Tabell 6: Beräknade intäkter och kostnader, kkr

	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Summa
Adm avgifter	300	600	900	1500	1800	2400	3000	<b>10500</b>
23% avdrag		391	669	1196	1806	2365	3111	<b>9538</b>
<b>S:a intäkter</b>	<b>0</b>	<b>991</b>	<b>1569</b>	<b>2696</b>	<b>3606</b>	<b>4765</b>	<b>6111</b>	<b>20038</b>
Löner	810	1668	1718	1770	1823	1878	1934	<b>11601</b>
Lokaler	40	80	80	81	81	81	81	<b>524</b>
Driftkostn	300	500	500	500	500	500	500	<b>3300</b>
Ind. kostn. 10%	115	225	230	235	240	246	251	<b>1542</b>
<b>S:a kostnader</b>	<b>1265</b>	<b>2474</b>	<b>2529</b>	<b>2585</b>	<b>2644</b>	<b>2704</b>	<b>2766</b>	<b>16968</b>
<b>Resultat</b>	<b>-965</b>	<b>-1483</b>	<b>-960</b>	<b>111</b>	<b>962</b>	<b>2061</b>	<b>3344</b>	<b>3070</b>

Tabell 6 visar att det krävs en investering inledningsvis, samtidigt som målet är att satsningen ska nå ”break-even” år 2027 och därefter kunna ge ett utrymme för att bekosta den fortsatta utvecklingen.



## Bilagor

### Bilaga 1: Söksiffror

I den internationella masteromgången erbjuder 31 lärosäten masterutbildningar varav de tekniska och äldre lärosäten erbjuder flest utbildningar och det är främst de äldre och tekniska lärosätena som återfinns bland de 20 mest sökta utbildningarna. I antagningsomgången erbjöds 911 utbildningar. De 20 mest sökta programmen i Sverige är främst inom företagsekonomi, datavetenskap, folkhälsovetenskap samt projektledning/management.

Bilagetabell 1.1: Antal sökande till de 20 mest sökta masterprogram i Sverige.

	<b>Lärosäte</b>	<b>Program</b>	<b>Antal sökande</b>
1	Kungl. Tekniska högskolan	Masterprogram, datalogi	1611
2	Lunds universitet	Masterprogram i folkhälsovetenskap	1488
3	Kungl. Tekniska högskolan	Masterprogram, maskininlärning	1487
4	Lunds universitet	Magisterprogram i Data Analytics and Business Economics	1448
5	Lunds universitet	Magisterprogram i Finans	1422
6	Lunds universitet	Magisterprogram i International Marketing & Brand Management	1365
7	Lunds universitet	Magisterprogram i Management	1336
8	Lunds universitet	Magisterprogram i Internationell strategisk ledning	1225
9	Blekinge tekniska högskola	MBA-programmet	1174
10	Uppsala universitet	Masterprogram i global hälsa	1136
11	Chalmers tekniska högskola	Data Science and AI, Msc Progr	1131
12	Lunds universitet	Magisterprogram i redovisning och finansiering	1130
13	Lunds universitet	Magisterprogram i entreprenörskap och innovation	1121
14	Lunds universitet	Masterprogram i International Development and Management	1026
15	Kungl. Tekniska högskolan	Masterprogram, arkitektur	1015
16	Stockholms universitet	Masterprogram i data science, statistik och beslutsanalys	1009
17	Uppsala universitet	Masterprogram i företagande och ledning - Internationellt företagande	1000
18	Göteborgs universitet	Masterprogram i folkhälsovetenskap	985
19	Kungl. Tekniska högskolan	Masterprogram, fastigheter och byggande	981
20	Umeå universitet	Masterprogram i folkhälsovetenskap	973

### Vart kommer de sökande ifrån?

I den internationella masteromgången finns sökande med meriter från hela världen och representeras av 188 länder. De största sökande grupperna består av sökande från Nigeria, Kina, Indien och Pakistan. Av europeiska länder är Tyskland störst följt av Storbritannien. Från västra halvklotet är det vanligast att ha meriter från USA.

Bilagetabell 1.2: Antal sökande nationellt med meriter från specifikt utbildningsland

<b>Placering</b>	<b>Land</b>	<b>Antal sökande</b>
1	NIGERIA	6 911
2	KINA	6 680
3	INDIEN	5 957
4	PAKISTAN	4 982

5	GHANA	3 923
6	SVERIGE	3 828
7	BANGLADESH	2 915
8	TYSKLAND	2 420
9	STORBRITANNIEN	2 158
10	ETIOPIEN	2 135
11	U.S.A.	1 972
12	INDONESIEN	1 684
13	IRAN	1 676
14	SRI LANKA	1 627
15	NEDERLÄNDERNA	1 623
16	KENYA	1 411
17	ITALIEN	1 354
18	GREKLAND	1 166
19	UGANDA	1 097
20	TURKIET	884

### Sökande till Karlstads universitet

Sökande mönstret till Karlstads universitet följer till viss del nationella trender där Nigeria och Pakistan tillhör de största sökandegrupperna. Vi har en större andel sökande från Ghana, Bangladesh och Sri Lanka men en mindre andel från Indien. Karlstads universitet rekryterar betydligt färre från stora länder som Kina, USA, Indonesien och Turkiet. Bland europeiska avgiftsfria sökande har vi också färre sökande från Tyskland, Nederländerna och Italien.

Bilagetabell 1.3: Antal sökande till Karlstads universitet med meriter från specifikt utbildningsland

Placering	LAND	antal sökande
1	NIGERIA	190
2	PAKISTAN	143
3	GHANA	118
4	BANGLADESH	112
5	ETIOPIEN	88
6	SRI LANKA	74
7	KENYA	43
8	INDIEN	37
9	UGANDA	37
10	GAMBIA	36
11	STORBRITANNIEN	31
12	IRAN	30
13	KAMERUN	26
14	RWANDA	22
15	LIBERIA	21
16	EGYPTEN	19
17	KINA	19
18	TANZANIA	18
19	ZIMBABWE	18
20	MALAWI	17

## Intervjuguide till studenter i betalstudentsprojektet

Kort inledning om projektet, att vi ser ett behov av att förbättra erbjudandet för internationella studenter. Hur vi arbetar med att kartlägga förutsättningar, se över stödfunktioner och erbjudandet i våra utbildningar samt att vi tänker oss att det ska mynna ut i en pilotomgång med (3-5) utbildningar. Att de kommer vara anonyma.

1. Var kommer du ifrån och hur kommer det sig att du sökte utbildningen?
  - Hur fick du kännedom om oss?
  - Vad lockade dig särskilt med just den utbildningen du valde?/Har vi något som är unikt?
  - Vilka alternativ övervägde du?
  - Hur hittade du Kau?
2. Kan du berätta lite om dina erfarenheter
  - Från ansökningsprocessen?
  - Från det du tackade ja till utbildningen fram till programstart?
  - Mottagandet och starten av utbildningen?
  - Processen med migrationsverket?
3. Hur upplevde du Kau:s stöd under processen och saknade du någon information eller stöd från Kau för att känna dig bättre förberedd innan du kom hit?
4. Hur upplever du utbildningen hos oss?
  - Nivå/svårighetsgrad?
  - Språk?
  - Kvalitet?
  - Omfattning?
5. Det studiesociala?
  - Hur har du upplevt det kulturella och sociala klimatet på universitetet och i staden?
  - Kände du dig inkluderad?
  - Har du deltagit i några kulturella evenemang eller aktiviteter?
  - Har du haft någon kontakt med stöd- eller rådgivningstjänster på universitetet?
  - Var dessa tjänster tillräckligt tillgängliga?
  - Hjälpte de dig med eventuella utmaningar?
  - Har du engagerat dig i några studentgrupper eller föreningar?
  - Finns det några särskilda områden där du tycker att det kan behövas förändringar?
  - Hur ser du på möjligheterna till anställning eller praktik i staden eller regionen efter avslutade studier?
  - Har du haft möjlighet att delta i några professionella nätverk eller evenemang?
  - Hur har boendesituationen påverkat din totala upplevelse?
  - Hade du svårt att hitta boende?

- Är det något du skulle ändra eller förbättra när det gäller boende för internationella studenter?
6. Vilka är de tre största utmaningarna eller problemen du stött på här?
  7. Vilka är dina viktigaste take-away från studietiden här?
  8. Vad skulle du behövt för stöd eller vad saknar du för att underlätta studierna här i Karlstad?
    - Ansökningen
    - Förberedelserna
    - Onboarding
    - Studierna
    - Kringaktiviteter
  9. Skulle du rekommendera andra att söka till Kau?
  10. Vad skulle du ge för råd till den grupp som arbetar med att utveckla förutsättningar och villkor för internationella betalstudenter?

### Bilaga 3. Intervjuguide programledare

## Intervjuguide till Programledare i betalstudentsprojektet

Kort inledning om projektet, att vi ser ett minskat antal traditionella studenter, hur vi arbetar med att kartlägga förutsättningar, se över stödfunktioner och erbjudandet i våra utbildningar samt att vi tänker oss att det ska mynna ut i en pilotomgång med (3-5) utbildningar.

1. Vad anser du skulle vara den största vinsten med flera betalstudenter på ditt program/lärosätet som helhet?
2. Vad anser du skulle vara Kau:s USP (unique selling point)?
3. Hur länge har ni erbjudit programmet?
4. Från vilka länder kommer de internationella betalstudenterna?
5. Hur stor andel ungefär är svenska/utbytes-/betalstudenter?
6. Har ni gjort någon särskild marknadsföring?
7. Vad är mest belönande med internationella betalstudenter?
8. Vilka utmaningar upplever du med internationella betalstudenter?
9. Vad skulle ni behöva för stöd/vad saknar du för att underlätta arbetet?
  - Marknadsföring
  - Ansökningsförfarandet
  - Onboarding
  - Kringaktiviteter
10. Hur lyckas internationella betalstudenter med sina studier (och det studiesociala)? Vilka har lättare/svårare att lyckas?
11. Upplever du att ni har ett erbjudande som är konkurrenskraftigt?
12. Vad är det unika med den här utbildningen?
13. Vad lockar internationella (betal)studenter till Karlstad?
14. Hur jobbar ni med omgivande samhälle?
  - Praktik
  - Studiebesök
  - Projekt
15. Vad skulle krävas för att den här utbildningen skulle lyckas väl bland internationella betalstudenter?

16. Vet du hur det gått för de internationella betalstudenter som du kommit i kontakt med?
- Vad jobbar de med?
  - Är det någon du har kontakt med (som vi kan kontakta för eventuell intervju)?
17. Har du några råd till den grupp som arbetar med förutsättningar för att öka andelen betalstudenter?

## Bilaga 4: Utökad bakgrund inför val av fokusländer

Urvalet av regioner och länder som utgör fokusmarknader för rekrytering till KAU bygger på följande huvudprinciper:

- Sannolika intresset för de utbildningar som Karlstads universitet ger samt möjligheten att möta de akademiska förkunskapskraven.
- Studentmobilitet idag och sannolik framtida studentmobilitet.
- Socioekonomiska faktorer där bedömningen är att studenterna har förutsättningar att studera utomlands och komma till Karlstad
- Attraktionskraften och vilja att söka sig till Norden och Sverige för att studera
- Sverige bilden i landet.
- Regioner och länder där Sverige redan har en aktiv och synlig offentlig och privat närvaro genom bland annat ambassader och Business Sweden
- Geopolitiska överväganden
- Sveriges och EU:s styrmedel för talangrekrytering från icke EU-länder
- Urval av europeiska länder studenter som redan har visat intresse av att studera i Sverige eller kan komma att öka sitt intresse

En gång var sjätte månad görs en översyn av valet av regioner och länder utifrån ovan principer. Dock är det viktigt att påpeka att uthållighet över tid på en särskild rekryteringsmarknad är en viktig faktor då det tar tid att arbeta upp ett lärosätes varumärke utomlands utanför EU samt att de insatser som görs ofta har minst en 1-3-årig tidsperiod innan de får reellt genomslag.

## Öst- och Sydostasien

Fokusländer är Japan, och Sydkorea och Vietnam

I Japan är en utbildning något som värderas högt inte minst på arbetsmarknaden och nästan alla elever – över 98 procent – fortsätter till treårigt gymnasium efter grundskolan. Bedömare menar att utbildningen präglas av hård konkurrens, betygsjakt och ett intensivt pluggande. För att få ett bra arbete efter fullgjort gymnasium krävs ofta en magisterutbildning i valt ämne och ibland kan det vara aktuellt med flera examina för att få det arbete man eftersträvar. I Japan är utbildningen avgiftsbelagd även om ett fåtal universitet på prov har infört gratis utbildning då debatten om de höga utbildningskostnaderna länge varit omdiskuterad. Detta innebär att studenter från Japan inte är obekanta med att de behöver betala för att studera och då inte anser det problematiskt att behöva betala för en utbildning i Sverige. Utbildningar som är särskilt intressanta för japanska studenter är ingenjörsutbildningar inom elektronik, datavetenskap, mekanik och robotik. Vad gäller andra utbildningar är det bland annat inom omvårdnad och hälsovetenskap som ett intresse att studera utomlands kan finnas. Givet Japans demografiska situation är det även intressesant med utbildningar inom äldrevård och närliggande utbildningar. Det främsta hindret för japanska studenter att studera utomlands är ofta de europeiska universitetens nivåkrav på engelska. Detta kan hanteras antingen genom krav på att genomgå extra engelska undervisning för det att man startar sin

utbildning i Sverige eller under tiden man studerar här. På många japanska universitet ges numera även utbildning på engelska vilket innebär att den generella nivån på engelska ökar i landet. Kau kan även med särskilda universitet- och gymnasiesamarbeten hitta de studenter som uppfyller kraven.

För att locka studenter till Kau har lärosätet mycket att erbjuda. Japanska studenter vill generellt studera utomlands för upplevelsens skull förutom studierna. Värmlandsregionen och Kau erbjuder därmed en unik upplevelse inte minst genom den omgivande naturen och möjligheterna till friskvård, idrottsutövande, natur och rekreation vilket är viktigt för japanska studenter. Boendet och en bra generell säkerhetsnivå är också viktig. Den svenska ambassaden i Tokyo har idag ett väletablerat arbete för öka studentutbytet mellan Sverige och Japan och redan idag finns det s.k. MIRAI-samarbetet att bygga vidare på där Kau redan är med. Med långsiktiga riktade insatser, tillsammans med svenska offentliga aktörer som ambassaden i Tokyo, samt genom ett samarbete med Japans ambassad i Sverige, bör Kau kunna locka japanska studenter till att studera i Sverige. Att Nobelpriset så starkt associeras med Sverige ska inte heller underskattas vad gäller attraktionskraften att komma hit och studera. Noterbart är också att japanska studenter normalt också få sina studievisum-ansökningar godkända och därmed kan komma till Karlstad till terminsstart.

Sveriges EU-medlemskap och Schengensamarbetet är även viktigt i sammanhanget då japanska studenter kan röra sig fritt i hela EU under sin studietid. Ur geopolitisk synpunkt är Japan ett land som Sverige vill öka sitt samarbete med över tid vilket innebär att det är strategiskt för Kau att positionera sig för redan nu. Detsamma gäller de uttalanden som japanska regeringar regelbundet gör i förhållande till Sverige.

Anmärkning ambassaden och det offentliga Sverige i landet.

I Sydkorea skattas utbildning högt och studiebakgrunden avgör om man kan avancera i samhället och bli socialt accepterad i vissa sammanhang. En ojämlikhet gällande möjligheterna till utbildning förekommer då familjer med höga inkomster lägger stora summor på privatundervisning för sina barn för att de ska kunna komma in på något av landets bästa universitet eller för att kunna studera utomlands.

I Sydkorea är skolsystemet centraliserat där utbildningen är avgiftsfri från sex till femton år. Efter förskola följer nio obligatoriska skolår och därefter finns treåriga gymnasier och två- eller treåriga yrkesskolor. Många hushåll lägger en stor del av sina disponibla inkomster på sina barns vidareutbildning. Majoriteten av de sydkoreanska studenterna deltar i någon form av privatundervisning vilket anses nödvändigt för att klara det svåra högskoleprovet som är en viktig del av det sydkoreanska utbildningssystemet. Hur det går på högskoleprovet avgör om eleverna kan komma in på det universitet de prioriterar och därmed även deras möjligheter till framtida yrkesval och karriärer. Det har under senare tid förts en hård debatt kring det ökända provet som infördes på 1950-talet som anses som mycket svårt och om det är det bästa sättet att hantera antagningen till högre utbildning.



I internationella jämförelser hamnar skolresultaten i Sydkorea mycket högt, men effekterna av det intensiva trycket på de studerande är omdebatterat. Många menar att fokuset på enskilda provresultat försvårar en djupare förståelse av de olika ämnena. Andelen högskolestudenter bland de högsta i Asien och omkring 70 procent av den koreanska arbetsstyrkan uppges ha en universitetsutbildning. Sammantaget ger ovan bild av det Sydkoreanska utbildningssystemet Kau en bra grund att rekrytera studenter från Sydkorea. Förutom att den svenska ambassaden i Seoul som i Tokyo aktivt arbetar med student- och forskningsutbyte mellan länderna söker Sydkoreanska studenter sig allt oftare utomlands på grund av den hårda akademiska konkurrensen på hemmaplan samt då en internationell utbildning kan vara det som ger en extra konkurrensfördel när de senare ska in i arbetslivet.

Precis som med Japan finns det även goda socioekonomiska möjligheter att skicka sina barn utomlands för att studera och valet av ett europeiskt lärosäte ger då också andra fördelar med Schengensamarbetet. Givet den hårda bostadssituationen i många Sydkoreanska städer är det viktigt att Kau kan erbjuda bostadsgaranti för att underlätta för studenterna att välja Kau. Ofta är kunskapen om Sverige begränsad och ett viktigt sätt att kunna locka studenter från Sydkorea är att med visuella medel kunna visa vilken studiemiljö som erbjuds och vilka positiva möjligheter till rekreation och naturupplevelser som finns utanför studierna. Engelskanivån är ett mindre problem än i Japan och bör enklare kunna hanteras. Vad avser avgifterna för studier i Sverige upplevs de normalt som acceptabla för Sydkoreanska studenter då det är betydligt mindre än vad avgiften är i USA dit man vanligtvis vänder sig för att studera.

Anmärkning ambassaden och det offentliga Sverige i landet. Undersök kontakt med internationella skolor med IB curriculum.

**I Vietnam** är grundskolan 12 år och avgiftsfri, alla har rätt till utbildning i minst fem år och en stor majoritet fortsätter till 12e klass. Läskunnigheten i landet är hög och utbildning är en viktig drivkraft för ekonomisk utveckling i landet. Utbildning för alla är en central och viktig fråga när det kommer till politiska mål i Vietnam. Vietnamesiska elever får höga resultat i PISA-utvärderingar. Vissa år överträffas flera av OECD länderna bland annat USA, Frankrike och Storbritannien i både vetenskap och matematik. En förklaring till resultaten är den höga lärartätheten och att landet trots att det är en enpartistat börjat öppna upp för omvärlden och fått in nya influenser. Satsningen på ökad och förbättrad utbildning har pågått i flera år och utbildningssystemet börjar generellt förändras för att anpassas sig till mer internationella normer. Det ses man som en viktig del för att utveckla den vietnamesiska skolan ytterligare och ge eleverna den konkurrenskraft som krävs inte bara på arbetsmarknaden i Vietnam utan även internationellt. En målsättning är att förbättra vietnamesiska universitets rankingar i världen. Idag finns vietnamesiska universitet med på topp 500-listan över asiatiska universitet men landet strävar efter att både komma högre på rankingen och få fler universitet på listan.

Att utveckla kvaliteten på universitetsutbildningen i Vietnam är något som kommer kräva mer samarbete med utländska universitet. Här ses svenska universitet som intressanta samarbetspartners och landet uppmanar sina universitet att hitta nya internationella samarbeten för ökad studentmobilitet och andra utbyten. Den svenska ambassaden i Hanoi är mycket aktiv i dessa frågor och det finns redan ett etablerat kontor där flera svenska

universitet deltar. Kau bör kunna utnyttja detta i när man inleder arbetet med rekrytering på denna fokusmarknad. Det finns även en god engelskanivå och Kaus olika utbildningar inom bland annat ekonomi och datavetenskap bör vara av särskilt intresse. Många vietnamesiska studenter väljer även att studera i Sverige av historiska skäl givet att de hört talas om Sveriges hållning under Vietnamkriget. Att studera utomlands är dock en stor ekonomisk utmaning för många vietnamesiska hushåll även om landet tar raska socioekonomiska kliv framåt och givet detta bör riktade stipendier till studenter från Vietnam.

FE éJCFÆ? E : 9KK9<=F G; @<=LGMFIDR9 1N=JA= A9F<=L Undersök kontakt med internationella skolor med IB curriculum.

## Nord- och Sydamerika

\$GCMKDF<=J éJ) 9F9<9 G; @+ =PACG

**I Kanada** ansvarar provinser och territorier för utbildningen på grundskole- och gymnasienivå. Det leder till vissa regionala skillnader i läroplaner, undervisningsspråk och examina vilket dock inte påverkar möjligheterna till utlandsstudier för mycket. Utbildningen på akademisk nivå liknar generellt den i USA. Utbildningen i Kanada håller hög kvalitet och inom OECD ligger Kanada i topp när det gäller andelen invånare med universitets- och högskoleutbildning men utbildningen är inte avgiftsfri som i Sverige. 1N=JA=G; @) 9F9<9 dIFBM=J E Q C=L?G<9 HGLAK9 G; @9E @IDR9 J=DLAF=J G; @1N=JA= @J=IL@?L9FK=F<=A ) 9F9<9 1N=JA=KE =<DE KC9HA#3 G; @FM, 2- KléJC=J: 9F<=F QI=JDR9J= 4ALAL9ILI9 A : =9C9F<=éJ G; CKé 9ILC9F9<=FKK9 KIM=FI=J NADIFBM9 E =H@L=F LADILMHlé; C9 #MGH9 MF<=J KAF KIM=ALA @J , d?GLKGE FM@J: DNANKJ9J=GE <=NIBJ <=LF9IMDR9 NDBL1IG: JA9FFAF =O=J J=PA <d <=GO9 <M: D9 E <=: GI?9JK9HF FAF=DF?J=?=J>JA M: AFAF? #3 " =I9: =J) 9MCMFF9 MFQI9 éN=F E <=AJAIFAF? E GL<=F >9FKKHJdCA9 <=DF 9N) 9F9<9 #F KN=FKCMFA=JKA=IKM: AFAF? éJ KGE @ID=L: AD9J= éF =F C9F9<=FKKNCAD=LéJ 9NNCLNA N9D9NMI9F<KIM=AJ

1IM=FI=J >dF ) 9F9<9 K=C=J GO9 E =H@L=F LAD=ILJAL>ADOKING; @E =H@L=F LAD : DF< AJGILK9CLNA=L=J AKF9 N9D9NKIM=AGIL ) 9JIB9< KGE KIM=FIK9< @J E Q C=L9IL =J: BM9 G; @KJKADAK@; C=QG; @GL: GID =J CMFF9 ID; C9 >DJ C9F9<=FKK9 KIM=FI=J LAD ) 9M=?FGE E 9JCF9<K=FA? 9N<=K9 E =H@L=F 1IM=FI=J >dF ) 9F9<9 C9F=?FGE =IL ?GLK9E 9J: =L=MF<=J KIM=ALA=F ID; C9K9N9ILK9FF9 G; @9J: =I9 AIN=JA=O=J 9NKIM9< =P9E =F

FE éJCFÆ? 9E : 9KK9<=F G; @<=LGMFIDR9 1N=JA= A9F<=L Undersök kontakt med internationella skolor med IB curriculum.

**I Mexiko** är tillgången till högre utbildning en prioritet för många familjer men skolsystemet präglas fortsatt av viss ineffektivitet, låg tillgång och blandad kvalitet. Mexiko har länge hamnat lågt i PISA-undersökningar särskilt inom matematik och läsning. Mexiko präglas fortsatt av stora ekonomiska klyftor där möjligheten att studera på ett väletablerat universitet inte är självklar för många. Det finns dock en stor del som kan tillgodogöra sig

högre studier pga. socioekonomiska faktorer. Därför undersöker många mexikanska studenter möjligheten att studera utomlands för att få sin examen. Det finns även frågor om akademisk frihet och universitetens autonomi vilket gör att fler överväger att studera någon annanstans än i hemlandet. De studenter som väljer att studera utomlands siktar ofta på USA men överväger ofta även europeiska universitet om de har tillräcklig information om dessa att tillgå. Att rekrytera från Mexiko kommer därför att kräva såväl fysiska insatser på plats som digitala kampanjer. För de studenter som kan tänka sig att studera utomlands är normalt engelskanivån tillräckligt hög för att klara av studier på engelska. Det finns fortsatt många familjekopplingar mellan Europa och Mexiko vilket underlättar steget hit och det är viktigt för mexikanska studenter att Sverige är med i EU så att man med lätthet kan resa i Europa under studietiden.

Mexikanska studenter kan vara känsliga för den höga prissättningen vid amerikanska universitet vilket innebär en möjlighet för svenska universitet då vi anses billigare men med samma utbildningsnivå. Även om Sverige och Mexiko generellt har goda förbindelser är det inte självklart att mexikanska studenter känner till så mycket om Sverige vilket innebär att etablerade samarbeten med motsvarande gymnasieskolor är att föredra. Att erbjuda stipendier och bostadsgaranti är också viktigt för Kau när man ska rekrytera studenter från Mexiko.

Svenska offentliga och privata aktörer har en stark närvaro i Mexiko inte minst inom industrin så det finns kännedom om jobbmärket i Sverige. Kau bör därför inleda ett samarbete med den svenska ambassaden och Business Sweden på plats om att locka mexikanska studenter till Karlstad. De mexikanska studenter som väljer Sverige som studiedestination vill ofta läsa tekniska ämnen eller ekonomi och Kau kan med fördel marknadsföra dessa utbildningar främst. Särskilt tech-sektorn växer i Mexiko och att återvända med en internationell examen från utlandet ökar mexikanska studenters möjligheter att få ett bra jobb om de återvänder hem med en examen. Att undersöka möjligheten till etablerade universitetssamarbete mellan Kau och mexikanska universitet är också en viktig insats för att bygga långsiktiga studentflöden från Mexiko till Kau.

Anmärkning ambassaden och det offentliga Sverige i landet. Undersök kontakt med internationella skolor med IB curriculum.

## Sydasien

~~\$GCMKDF < éJ 'F < AF~~

**I Indien** råder det stora skillnader i utbildningsnivå – såväl mellan män och kvinnor som mellan olika delstater och samhällsgrupper. Landet har ett alltifrån elituniversitet i världsklass, medan grundskolan ute på landsbygden ofta har utmaningar. Viljan att studera utomlands hos indiska studenter är hög då detta ger bättre möjligheter till ett framgångsrikt arbetsliv och då språkbarriärerna ofta inte är så höga. Indiska studenter som har studerat utomlands anses ha goda kvalifikationer för också en internationell karriär men även en framgångsrik karriär på hemmaplan. Många vänder också hem efter avklarade utlandsstudier till välbetalda arbeten i någon av landets större städer där flera internationella

företag är närvarande. Indien är också ett av de länder som växer ekonomiskt snabbast just nu och de lider en enorm brist på arbetskraft. Detta bidrar till den starka viljan hos många unga att satsa på en utbildnings utomlands som är gångbar i hemlandet.

Indiska studenter eftersöker en bredd av utbildningar men såväl ingenjörsexamen som ekonomisk examen är ofta eftertraktad. Engelskanivån kan variera från region till region men ofta klarar de indiska studenterna att visa upp efterfrågad nivå. Dock bör rekrytering från Indien ske genom riktad marknadsföring till vissa regioner och gärna utgå från ett samarbete med olika skolor och universitet i Indien.

Svenska universitetsutbildningar uppfattas ofta som relativt billiga i jämförelse med de utbildningar som annars ofta söks i bland annat Storbritannien och USA. Givet Storbritanniens utträde ur EU söker sig alltför många indiska studenter nu till andra länder i Europa vilket innebär en rekryteringsmöjlighet för svenska lärosäten. Då Kau redan har upparbetade samarbeten med lärosäten i Indien finns det kontakter att bygga vidare på. Likt i bland annat Vietnam efterfrågar ofta indiska studenter möjligheten till att söka stipendier. Att rikta stipendier mot den indiska marknaden bör därför övervägas.

Anmärkning ambassaden och det offentliga Sverige i landet. Undersök kontakt med internationella skolor med IB curriculum.

## **Mellanöstern**

~~\$GCMKDF< €J 2MCA=L~~

**I Turkiet** är den generella utbildningsnivån relativt ojämn i jämförelse med de flesta europeiska länders. För delar av samhället finns det dock skolor och universitet av högsta klass. Den nuvarande regeringen har förlängt skolplikten och storsatsat på nya universitet i områden som tidigare saknat högre utbildning. De allra flesta barn påbörjar grundskolan, även om det finns trakter i öster och sydöst där många flickor uteblir. 2003 drog regeringen, i samarbete med FN:s barnfond Unicef, i gång en kampanj för att alla flickor ska gå i skolan. Statliga skolor är avgiftsfria, men eleverna betalar för böcker. Skoluniformer avskaffades 2012, utom i vissa specialskolor.

Turkiet är ett land med många universitet. Ett par av dessa som finns i Ankara och Istanbul anses ha högre anseende än de övriga. Att komma in på ett universitet är svårt och konkurrensen om platserna är hård, och antagning görs genom inträdesprov. Majoriteten av gymnasieeleverna tar privata kurser, många år innan, för att klara proven. Sedan början av 2000-talet har det tillkommit en rad nya universitet och även antalet privata högre läroanstalter har ökat kraftigt.

Sedan 2016 och händelserna runt försöket till statskupp i Turkiet har tusentals privata skolor och universitet stängts med hänvisning till kopplingar till den s.k. Gülenörelsen. Tusentals lärare och annan skolpersonal har även mist sina möjligheter att arbeta med utbildning. Stipendieprogram finansierade av EU och USA har avbrutits. Detta har gjort att många studenter hamnat i limbo hur de ska kunna fortsätta sina studier. Att studera utomlands är

därför ett alternativ för de som har möjlighet och en utbildning i EU anses ha högt värde. Flera studenter söker sig till EU för att det upplevs som ett bra alternativ till den alltmer politiskt styrda utbildningen på hemmaplan. De som tar sig utomlands har generellt bra engelskkunskaper och kan tillgodogöra akademiska sig utbildningar på engelska. Man hoppas inte sällan också på en möjlighet till arbete inom EU efter avslutad examen.

Från Turkiet rekryteras normalt studenter till Sverige genom olika mässor men även digital kommunikation och marknadsföring fungerar bra. Som med andra studenter från icke-europeiska länder är on-boardningprocessen viktig och särskilt att visuellt kunna visa upp campusområdet och den omgivande naturen är en fördel. Sverige har en god offentlig representation i Turkiet och förutom ambassad även generalkonsulat i Istanbul och ett svenskt forskningsinstitut finns även i staden. Givet de många mellanfolkliga kopplingarna mellan Sverige och Turkiet finns det även på många håll god kunskap om det svenska utbildningssystemets höga kvalitet och utbud. Detta innebär att Kau med riktad marknadsföring har möjligheter att rekrytera studenter från Turkiet till Karlstad.

Anmärkning ambassaden och det offentliga Sverige. Undersök kontakt med internationella skolor med IB curriculum.

## Afrika

\$GCMKDF<=J 1Q<9>JAC9 G; @) =FQØ

I Sydafrika har Sverige sedan årtionden ett grundmurat gott rykte och det finns en stor potential att öka andelen studenter från Sydafrika till Sverige. Rekrytering av studenter till Sverige från Sydafrika är en underutnyttjad möjlighet och ska kunna gå att öka genom en tydlig marknadsföring och rekryteringsstrategi mot landet. Det finns även ett alltmer utökat folkligt utbyte mellan Sverige och Sydafrika efter apartheidåren. Många svenskar turistar i Sydafrika och bosätter sig där vilket ökar kunskapen om Sverige i landet. Sydafrikanska medborgare lockas till Sverige bl.a. på grund av frågor som demokrati och mänskliga rättigheter förutom förväntningarna på en hög utbildningsnivå. Man uppfattar också Sverige som ett land fritt från korruption vilket är ett problem i Sydafrika.

Skolan i Sydafrika är normalt sett avgiftsbelagda men möjligheter finns också för föräldrar som inte har råd med skolavgiften att få bidrag för att skicka sina barn till avgiftsbelagda skolor utan att behöva betala. Dock finns det förutom en kostnad för undervisningen utgifter för skoluniform, resor och läromedel vilket är en ekonomisk börda för många familjer. I princip alla barn börjar i skolan men det är många som inte går vidare från låg- och mellanstadiet till högstadiet. Ca 50% av alla elever fullföljer motsvarigheten till gymnasiestudier sedan faller en av tre bort innan fullföljd examen.

Av de elever som klarat sin examen går ca en av fem vidare till högre studier men endast en procent av samtliga elever i en årskull tar examen från universitet, vilket inneburit att näringslivet lider enorm brist på välutbildad arbetskraft. Genom att marknadsföra Kau som en studiedestination med möjligheterna till en god utbildning som man kan ta med sig hem

eller att stanna kvar och arbeta i Sverige blir då en attraktiv möjlighet. På samma vis som i andra länder har Brexit medfört problem för sydafrikaner att få lättare tillträde till EU. Tidigare var det relativt enkelt genom medlemskapet i Samväldet men nu gäller inte den möjligheten längre. Likt med Kanada utgör då Sverige och Kau ett intressant alternativ.

Sydafrikas universitetssystem rankas som ett av Afrikas bästa med knappt 30 universitet och tekniska och ekonomiska högskolor. Kau kan locka studenter från Sydafrika genom att marknadsföra sina högkvalitativa tekniska utbildningar främst vilket är en bristarbetskraft i Sydafrika. Det engelska språket bör inte utgöra en större problem för högre studier i Sverige. Kau rekryterar studenter från Sydafrika genom att bl.a. etablera ett samarbete med den svenska ambassaden i Pretoria men av vikt blir även att ha nära samarbete med Sydafrikas ambassad i Stockholm. Att kunna erbjuda stipendier blir också en möjlighet till att locka studenter till Kau från Sydafrika. Sydafrika är också den starkaste ekonomin i Afrika och det finns socioekonomiska möjligheter att betala för att skicka sina barn att studera i Europa. Svensk företagsnärvaro är relativt god i Sydafrika och Business Sweden har kontor i landet vilket är viktigt ur studentrekryteringshänseende.

Ambassaden och det offentliga Sverige finns väl representerat. Undersök kontakt med internationella skolor med IB curriculum.

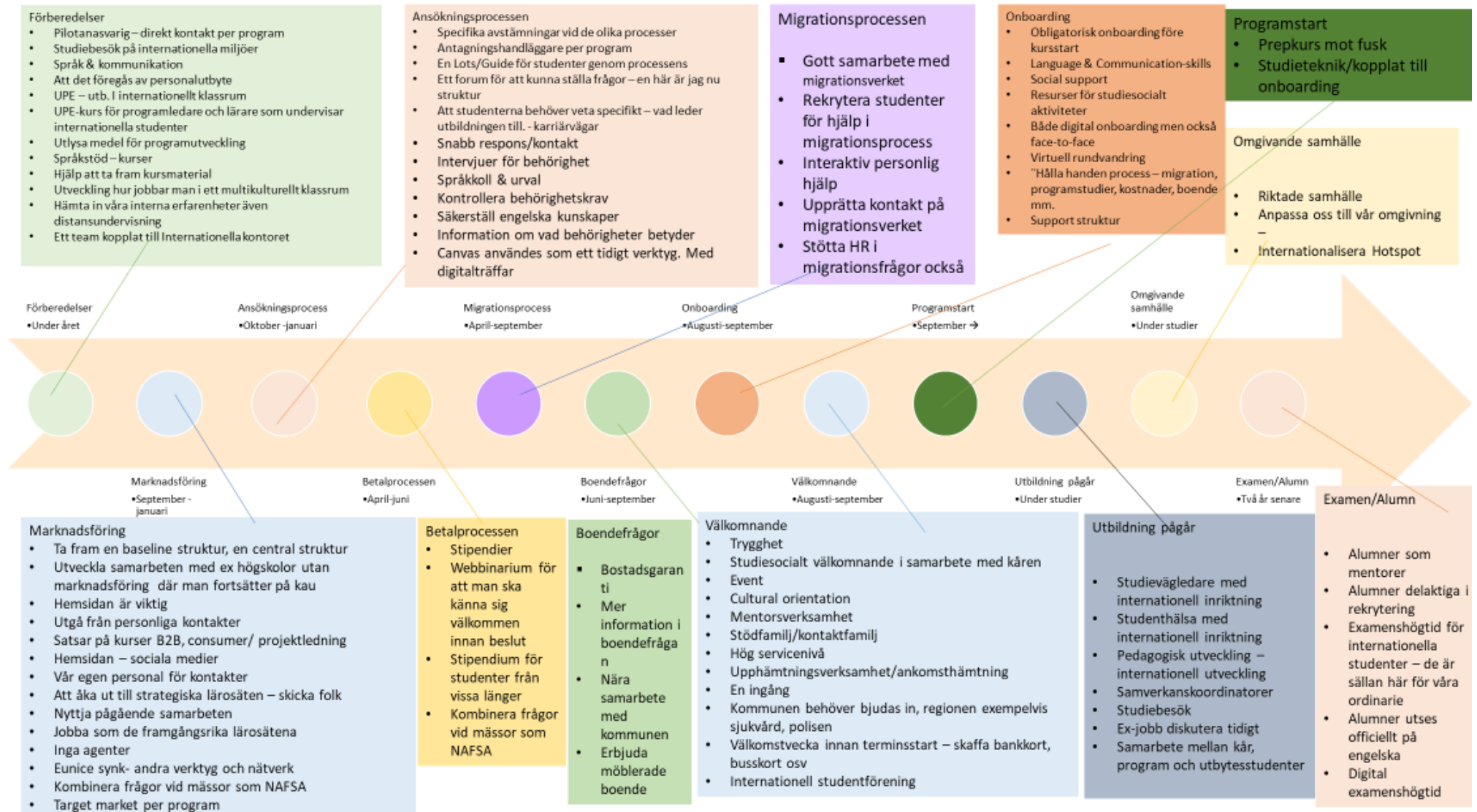
**I Kenya** sträcker sig gymnasieutbildningen i fyra år och eleverna studerar obligatoriska ämnen som matematik, engelska och swahili. En unik aspekt av kenyansk utbildning är deras språkliga bredd. Kenya har många etniska grupper, var och en med sina egna dialekter, men engelskan är utbredd bland befolkningen och engelskan är också ett av de officiella myndighetsspråken. Läroplanen för gymnasiet i Kenya består även av naturvetenskap (fysik, kemi, biologi), historia, geografi och företagsekonomi. Oavsett valt intresseområde studerar alla elever dessa ämnen under sina två första år i gymnasiet. I årskurs tre introduceras en valmöjlighet. Man kan då välja att fördjupa sig inom naturvetenskap, historia, geografi eller företagsekonomi för att anpassa sig mot framtida karriärvägar. Under sista året på gymnasiet avgörs elevernas akademiska framtid. Då genomför eleverna ett slutprov för att visa vad de lärt sig under de fyra gymnasieåren. Provet är nyckeln till universitetet och avgör vilka universitetsvägar som är tillgängliga för eleverna.

Kenya är navet i den östafrikanska ekonomin och därifrån styrs mycket av handeln i Östafrika. Kenya är också en central politisk makt i Afrika. Det ekonomiska systemet är förhållandevis marknadsliberalt även om problem med korrupktion finns i många sektorer. I Kenya har Sverige en större utlandsrepresentation och länderna åtnjuter goda relationer. Svenskt utvecklingssamarbete är omfattande i landet med fokus på bl.a. demokrati och mänskliga rättigheter vilket gör att Kau har möjligheter att hitta samarbeten för studentmobilitet genom att använda sig av den redan väletablerade svenska närvaron på plats. Kau bör även undersöka möjligheten till direkta samarbeten med utvalda gymnasier där intresse för utlandsstudier kan finnas bland studenterna. Inte minst bland de många internationella skolorna i Nairobi kan Kau hitta möjliga samarbetspartners. Kenya har brist på kvalificerad arbetskraft och för Kaus del handlar det om att erbjuda utbildning inom såväl mer tekniskt orienterade områden som ekonomi men även biologi bör vara intressant givet den relativt starka miljörelse som finns i Kenya. Att Sverige är närvarande inom näringslivet i Kenya genom mer än 50 svenske företag på plats ger även en möjlighet till utökad studentmobilitet

från Kenya då de kan ha ett intresse av att erbjuda arbete till de som återvänder tillbaka efter avslutade studier.

Anmärkning ambassaden och det offentliga Sverige. Undersök kontakt med internationella skolor med IB curriculum.

## Bilaga 5: Processkarta från intern workshop





## Bilaga 6: Rekryteringsinsatser och aktiviteter

### **Inledning**

Att rekrytera internationella studenter från icke-europeiska länder till svenska lärosäten kräver långsiktighet och uthållighet. Det kräver även flexibilitet och anpassning till händelser i omvärlden och till rekryteringsmöjligheter som uppstår oväntat och snabbt. För att en rekrytering av en internationell student ska lyckas behövs även att en kedja av praktiska insatser genomförs där själva rekryteringen, dvs. tillfället då den enskilda studenten väljer Kau, behöver gå hand i hand med lärosätets övriga insatser med marknadsföring, antagning och slutligen välkommandet på campus. Konkurrensen mellan svenska lärosäten om de internationella studenter som kan tänka sig att välja Sverige som studiedestination är hård och för ett lärosäte som Kau, som är i den inledande fasen av att bygga upp verksamheten i större skala än tidigare, kommer det även hela tiden att krävas en lärandeprocess av vad som fungerar i rekryteringen och vad som måste förbättras. Det är därmed viktigt att rekryteringsprocessen har en tydlig ansvarsstruktur mellan de olika verksamhetsdelarna på Kau så att det kan utvärderas, vilket handlingsplanen ämnar säkerställa.

Då Kau nu ökar sina ambitioner vad avser internationella studenter behöver lärosätet inleda arbetet med främst två huvudsakliga spår för att lyckas. Det första handlar om att vässa erbjudandet till de internationella studenterna. Detta handlar både om vilken attraktivitet som utbildningarna man erbjuder har satt i konkurrens med andra lärosätens, och om hur det övriga studentlivet utanför lektionssalen kan locka studenter till lärosätet och regionen. Det andra handlar om vilken konkreta rekryteringsinsatser som ska göras mot de utvalda fokusländerna för att påbörja arbetet med att locka ett högre antal studenter från dessa länder till Kau. Detta kommer kräva olika praktiska insatser som över tid också kommer att få alltmer effekt. Det finns alltså inget givet svar för varje enskild rekryteringsmarknad om vilken insatstyp som är bäst utan det är en mängd olika insatser som ger bäst resultat där god timing av insatserna är av betydelse.

### **Fysiska och digitala rekryteringsinsatser**

Insatserna kan huvudsakligen indelas i fysiska insatser på plats eller digitala insatser på distans. De fysiska insatserna kan antingen utföras direkt av Kau-personal på plats eller av s.k. rekryteringsombud som givits i uppdrag av Kau att rekrytera studenter till lärosätet. Ombuden kan agera antingen mot ekonomisk ersättning för varje enskild rekryterad student, vilket är det vanligaste, eller också vara svenska offentliga ombud som i sitt uppdrag för den svenska staten har som uppdrag att locka talanger och kompetens till landet. Dessa mer offentliga ombud är ofta placerade på svenska ambassader eller vid Business Swedens kontor och tar inga särskilda uppdrag från enskilda svenska lärosäten utan arbetar för det bredare svenska universitetsväsendet. De kan också utföras av Svenska Institutet (SI) som har uppdrag att skapa intresse utomlands för högre studier i Sverige. De fysiska insatserna handlar bland annat om att vara närvarande på studentmässor, att upprätta och skapa direktkontakter med utländska gymnasieskolor och universitet, att resa på event anordnade av offentliga aktörer och universitet och att upprätta samarbetsavtal med rekryteringsombud i utvalda

länder etc. För att Kau ska kunna bygga upp ett välfungerande nätverk av ombud i fokusmarknaderna kommer vägledning från andra lärosäten som redan agerar på dessa marknader vara nödvändig, då det är en komplex process att hitta rätt från början. Kau:s ambition på längre sikt är även att i den mån det är möjligt att minimera användandet av ombud i vissa regioner. Istället är målbilden att själv bygga upp en kapacitet att kunna rekrytera det antal studenter man har som mål med mer av egna insatser.

De digitala insatserna utförs främst av Kau-personal på distans där man genom att anordna egna digitala event eller deltar i någon annans event sprider information om erbjudandet Kau har till internationella studenter. De digitala evenen kommer att vara viktiga för Kau under hela rekryteringsprocessen och är ett viktigt och kostnadseffektivt sätt att hålla kontakten med en presumtiv student hela vägen i mål dvs. från att första intresset väcks att studera vid Kau till det att studenten anländer och påbörjar studierna. De digitala insatserna ska sättas in i ett årshjul och anpassas beroende på var i rekryterings- och antagningsprocessen som studenten befinner sig. För deltagande i den digitala rekryteringen kommer olika delar av Kau vara inblandat vid olika tillfällen och det kommer att vara viktigt att engagera företrädare för de olika programmen som ges. Det viktiga vid de digitala evenen kommer att bli att skapa så stor nyfikenhet som möjligt för Kau hos de presumtiva studenterna. För att det ska ske kommer olika typer av marknadsföringsmaterial behöva utvecklas. Det är viktigt att även via de digitala kanalerna kunna skapa ett intresse för Kau och det omgivande samhället genom att ha välproducerat anpassat material, exempelvis filmer som visar studenten vad som kommer att vänta vid ankomst. Det blir även särskilt viktigt att producera tydligt material som beskriver hur processen att söka studieuppehållstillstånd går till. Kau kommer inte alltid att själva arrangera de digitala evenen utan delta i event arrangerade av någon annan part. Därför kommer Kau att genomföra en undersökning av vilka digitala event som kan passa att delta i, exempelvis SI:s arrangemang.

## **Arbetsätt**

Det viktigaste för Kau, förutom de rent operativa rekryteringsinsatserna och spetsa sitt erbjudande, blir att få till stånd en effektiv och transparent intern struktur som ansvarar för arbetet. Det innebär att olika verksamhetsgrenar inom Kau, som har ansvar för den internationella rekryteringen, måste arbeta mycket nära varandra och ofta över varandras ansvarsgränser för att arbetet ska kunna bedrivas effektivt. Arbetsättet ska präglas av en gemensam målstyrning där olika avdelningar delar ansvaret för uppnådda mål. Organisationen ska också resurssättas på ett sådant vis att organisationen kan bistå i varandras utmaningar och ha en problemlösande attityd. Tydliga avstämningspunkter i arbetet ska upprättas för att problem ska kunna lösas och en klar ansvarsfördelning etableras. Arbetet kommer att involvera olika funktioner med varierande arbetsbelastning, och det är då viktigt med ett flexibelt förhållningssätt. Att upprätta ett årshjul för hela processen där arbetstoppar osv. kan identifieras är därför av vikt. Kontinuerliga avstämningar med Kau:s referensgrupp kommer även inrättas. Arbetsättet för den konkreta rekryteringen innebär att ansvariga inom Kau inför varje rekryteringsomgång samlas för att fastslå det kommande årets insatser med utgångspunkt i målbilden om antalet rekryterade studenter som sedan påbörjar sina studier.

## **Samarbete med Svenska Institutet**

SI (Svenska institutet) arbetar tillsammans med lärosäten för att marknadsföra Sverige som studiedestination. Utöver stöd till ambassader och konsulat anordnas varje år digitala mässor på virtuella mässplattformar. Under HT 2024 anordnas fem sådana mässor, där amerikanska kontinenten, Asien och Indien är särskilt intressanta med tanke på fokusmarknader som identifierats. Ungefär hälften av alla lärosäten i Sverige deltar i SI:s aktiviteter. Majoriteten har anslutit sig till att betala ett paketpris på 65 000 SEK för att delta vid samtliga mässor och under 2024 är det totalt 8 mässor. Priset för deltagande vid en digital mässa är 10 000 SEK. En investering i digitala kommunikationspaket kan återanvändas vid flera mässor och göra paketpriset mer attraktivt för att locka internationella studenter brett. SI bjuder med start redan nu in universitetet att delta i planering, möten och anmälan.

Vi bedömer att samarbete med SI och svenska lärosäten är värdefullt. Att finnas med både digitalt och på plats i kommunikation, marknadsföring och annonsering ger universitetet lyskraft och möjlighet att presentera utbildningen för nya internationella målgrupper. Flera lärosäten i Sverige har jobbat med internationell studentrekrytering sedan studieavgifternas start och det finns en fördel i att jobba tillsammans för att locka studenter att studera i Sverige (Study in Sweden: [Online fairs - Study in Sweden](#)).

## **Ambassader och offentliga aktörer**

Som handlingsplanen antyder blir det viktigt för Kau att även arbeta med andra aktörer för att uppnå de rekryteringsmål som sätts upp. Sådana aktörer är såväl de svenska ambassaderna och konsulaten i de fokusländer som Kau har identifierat som prioriterade att arbeta med, samt dessa länders motsvarande beskickningar i Stockholm. På de svenska ambassaderna och konsulaten utomlands finns oftast handläggare som har till ansvar att främja utbildningsutbytet mellan Sverige och det specifika landet. Kau kommer att söka kontakt med dessa handläggare i de valda fokusländerna och undersöka hur Kau kan få hjälp med att marknadsföra sitt erbjudande till studenterna. Dessa ambassader och konsulat har även god information om vilka mässor och andra evenemang som Kau borde delta i för att kunna presentera sitt utbildningsutbud på bästa sätt. Det blir även en viktig långsiktig investering för att samarbeta med svenska aktörer utomlands. Man kan dock inte räkna med att dessa kan ta något ansvar för själva rekryteringsprocessen utan det blir Kau:s ansvar. Genom detta arbete kommer även Kau kunna få information om vilka utbildningsaktörer i dessa länder som Kau borde prioritera att bygga upp en relation med. Det kan till exempel vara andra universitet eller gymnasieskolor.

Om de svenska ambassaderna och konsulaten utomlands blir viktiga i det fortlöpande arbete så kommer även de utländska beskickningarna i Stockholm som där representerar sina länder bli viktiga för Kau. De kommer kunna ge värdefull exponering för Kau mot hemlandet och även ge Kau tips och idéer på hur man bäst når de studenterna Kau vill rekrytera. Det krävs gedigen analys för att långsiktigt förstå en viss studentmarknad och därav blir dessa ambassader viktiga i det kommande arbetet. Kau ämnar därför redan under 2024 att ta kontakt med fokusländernas ambassader för att inleda en dialog.

## **Uppbygganden av alumnätverk med internationella studenter**

Som ett led i att öka chanserna till långsiktig framgång i rekryteringen av studenter på en viss marknad kommer Kau att bygga upp en välfungerande alumnverksamhet med internationella studenter som varit inskrivna vid Kau. Detta för att dessa studenter är de som mest autentiskt kan ge nya internationella studenter vid Kau bilden av hur det är att bo och studera i Karlstad. De blir då ambassadörer för Kau i framtiden och kommer kunna marknadsföra lärosätet och dess utbildningar även under sin vidare yrkeskarriär, och då förhoppningsvis bidra till att sprida en positiv bild av att välja Kau för sin utbildning.

# Aktivitetsplan internationella studenter

Datum	Aktivitet	Ansvarig funktion
<b>Juni/Juli 2024</b>		
Juni	Förberedelser Introduction week	
28/6	Inbjudan till ambassadörer	
<b>AUGUSTI 2024</b>		
27/8-29/8	Introduktion internationella masterstudenter	<b>Internationella kontoret</b>
27/8	SI-Inspiration day	<b>Referensgrupp</b>
	Anmälan/deltagande i NIMK (Nätverket för internationell marknadsföring och kommunikation)	
	Faddergrupper, kontaktfamilj	<b>Internationella kontoret</b>
29/8	Study in Sweden Virtual Fair - MENA/Africa	<b>Internationella kontoret</b>
<b>SEPTEMBER 2024</b>		
	Kontakter med tänkbara företag för stipendiesatsning	<b>Referensgrupp</b>
3/9	Strykning av studenter som internationella studenter som inte har registrerat sig på utbildning - info till migrationsverket.	<b>Antagningen</b>
16/9	Absolut sista dag internationell student kan påbörja utbildning - (meddelade på förhand)	<b>Antagningen</b>
slutet av september	Kickoff/Uppstart - Internationella studenter - Projektansering	<b>Referensgrupp</b>
25/9	Study in Sweden Virtual Fair - Europa (?)	<b>Internationella kontoret</b>
30/9	Fastställande programdeltagande i Internationella antagningsomgångar.	<b>Antagningen</b>
	Deltagande vid EAIE i Toulouse (European Association for International Education)	<b>Internationella kontoret</b>
	Rektorsbeslut om studieavgifter för läsåret 2025/2025	<b>Antagningen</b>
<b>OKTOBER 2024</b>		
16/10	Anmälan för MASTERHT25 öppnar på universityadmissions.se	<b>UHR</b>
	Uppstart - alumnverksamhet, förberedelser, nätverk	<b>Referensgrupp/ Internationella kontoret</b>
	Inbjudan till informationsmöten om program?	<b>Internationella kontoret /Antagningen</b>
	Anslutning till Internationell plattform - Goin'?	<b>Internationella kontoret</b>
26/10	Study in Sweden Virtual fair – Americas	<b>Internationella kontoret</b>
oktober - november	Insatser - programinformation - skapa intresse	<b>Antagning/ Internationella kontoret / kommunikation</b>
<b>NOVEMBER 2024</b>		
11-15/11	Svenska ambassadens delegationsresa Indien	<b>Referensgrupp / Internationella kontoret</b>

18-19/11	Ambassadörer - Studiebesök på företag och presentation av internationella studier på KAU	Referensgrupp / Internationella kontoret
20/11	Study in Sweden Virtual Fair - Asia	Internationella kontoret
25/11	Förberedelser för stipendier som bland annat KAU Global scholarship	
Från november	Insatser - betala anmälningsavgift - information, stöttning - ökad konvertering	Antagning / Internationella kontoret
<b>DECEMBER 2024</b>		
	Insatser - få sökande att komplettera ansökningar + informera Eng 6	Antagning
9/12	Study in Sweden Virtual Fair - Indian subcontinent	Internationella kontoret
<b>JANUARI 2025</b>		
15/1	Sista ordinarie anmälningsdag. Efter kl 24.00 blir en inkommen anmälan registrerad som sen.	UHR
16/1	Anmälningsstatistik för MASTERHT25 skickas ut	Antagningen
<b>FEBRUARI 2025</b>		
1/2	Sista kompletteringsdag, resultat som ska beaktas i urvalet ska vara antagningen tillhanda	
1/2	Sista dag att betala anmälningsavgift/styrka avgiftsbefrielse	UHR
12/2	Anmälningsperioden för SI-stipendier öppnar	Koordinator
28/2	Anmälningsperioden för SI-stipendier stänger	Koordinator
Februari - april	Insatser - Specifika program sen anmälan	
<b>MARS 2025</b>		
1/3	Volymmer fastställda	Antagning
1/3	Uppdatering Fakturauppgifter + meddelanden till sökande	Antagning
21/3	Antagningsbesked 1 publiceras	Antagningen /UHR
22/3	Fakturor skickas ut till samtliga antagna	Antagningen
27/3	Öppna anmälan till KAU Global Scholarship? (SU-modellen)	Stipendiekommittén
	Information om faktura betalningar	Antagning
	Information om Visumprocess	Antagning / Internationella kontoret
<b>APRIL 2025</b>		
15-19/4	Möte med stipendiekommittén för avgörande om vilka som ska tilldelas KAU Global Scholarship.	
15-19/4	Beslut om tilldelning av stipendier till studenter	Antagningen
<b>MAJ 2025</b>		
	Ansökan för att delta i nästa stipendieomgång för studieavgiftsskyldiga studenter (UHR)	Stipendiekommittén/
	Deltagande NAFSA (Association of International Educators)	
	Genomgång av Antagningsordning för utbildningar 2026	

JUNI 2025		
1/6	Sista dag att betala faktura	<b>Antagningen</b>
	Information om Bostäder - avstämning bostäder Kau	
12/6	Genomgång av vilka som inte betalt fakturor, de som inte betalt stryks	<b>Antagningen</b>
13/6	Information om fortsatt process för de studenter som har betalt, t.ex. uppehållstillstånd och registrering på utbildningen och försäkringsblankett	<b>Antagningen</b>
	Förberedelser Introduction week	
JULI 2025		
AUGUSTI 2025		
Vecka 34	Onboarding Internationella studenter från HT2025	<b>Internationella kontoret</b>
SEPTEMBER 2025		
2/9	Terminsstart - Registrering på plats av internationella sökande	<b>Antagningen</b>
16/9	Sista dag att registrera sig på masterprogram. OBS! registrering sker på plats på Kau för att vara säkra på att de studenter som ska läsa masterprogrammen finns på plats.	<b>Antagningen</b>

## Bilaga 7: Ekonomi

Bilaga 7 fördjupar och förtydligar den ekonomiska information som beskrivs under punkten *Målsättning, budget och utvärdering*. Här beskrivs även de antaganden som ligger till grund för beräkningarna.

### Studieavgifter

Karlstads universitet fastställer varje höst vilka studieavgifter som ska gälla för de avgiftsskyldiga studenter som påbörjar ett utbildningsprogram kommande läsår. Studieavgifter gäller för studenter som vid tidpunkten för anmälan inte är medborgare i ett EU-land, EES-land eller i Schweiz (förordning om anmälningavgift och studieavgift vid universitet och högskolor, SFS 2010:543). För programnybörjare läsåret 2024/2025 gäller följande studieavgifter enligt rektorsbeslut 104/23:

• Magisterprogram i nationalekonomi, 60 hp (SANEC)	110 000 kr
• Masterprogram i engelska, 120 hp (HAENG)	180 000 kr
• Masterprogram i service management, 120 hp (SASSM)	180 000 kr
• Masterprogram i marknadsföring, 120 hp (SASMF)	180 000 kr
• Masterprogram i redovisning och styrning, 120 hp (SASRS)	180 000 kr
• Masterprogram i geomediastudier; media mobilitet och rumslig planering, 120 hp (SAGEO)	240 000 kr
• Masterprogram i innovation och tjänsteutveckling, 120 hp (SAIND)	280 000 kr
• Masterprogram i informatik, 120 hp (SAINF)	280 000 kr
• Masterprogram i biologi, 120 hp (NABIM)	300 000 kr
• Masterprogram i datavetenskap, 120 hp (TAMCS)	300 000 kr
• Konstnärlig master, musiker, 120 hp (HAMSK)	580 000 kr
• Konstnärlig kandidat, musiker, 180 hp (HGMSK)	900 000 kr

För övriga program och kurser som påbörjas under läsåret 2024/2025 beslutades att studieavgiften skall uppgå till 2800 kr per högskolepoäng, med undantag för utbildningsområdet musik där summan uppgår till 5 000 kr per högskolepoäng.

Studieavgifterna ska motsvara full kostnadstäckning enligt Avgiftsförordning (1992:191) §5 och bygger på de externa prislappar per utbildningsområde som universitetet kan avräkna för ordinarie utbildning samt ett påslag för att täcka de extra administrativa kostnader som uppstår för studieavgiftsskyldiga studenter. Detta påslag består av två delar. Den ena delen är ett fast belopp per nybörjare som ska täcka kostnader för anmälning- och antagningsadministration. Den andra delen är ett belopp per högskolepoäng som fördelas ut till kursansvarigt ämne för att täcka extra administrativa kostnader.

De ämnen som ger kurser till studieavgiftsskyldiga studenter får ersättning baserat på antal helårsstudenter (HST) per utbildningsområde samt full ersättning för helårsprestation (HPR) och utöver detta en extra ersättning per högskolepoäng för administrativa kostnader motsvarande 12 000 kr per HST. Under 2023 var 11,80 avgiftsskyldiga HST registrerade i Ladok och en ersättning om ca 1 150 tkr fördelas till fakulteterna.



## Studentprognos

Målsättning enligt denna handlingsplan är att öka antalet studieavgiftsstudenter från de ca 10 programnybörjare som Kau antas ha HT2024 till ca 100 nybörjare till HT2030. För att beräkna vilka intäkter denna ökning kommer att generera har vissa antaganden gjorts:

- Ersättning per HST/HPR antas vara i snitt 100 000 kr och räknas upp med 2 % per år.
- Den administrativa avgiften för anmälnings- och antagningsadministration antas vara 30 000 kr per programnybörjare och har inte räknats upp för kommande år.
- Studentprognosen bygger på att programnybörjarna i snitt läser ett 2-årigt program och att genomströmningen är mellan 50–63%.
- Antalet programnybörjare antas successivt att öka från 10 studenter HT2024 till 100 studenter HT2030.

Ersättning +2 % per år	
Ersättning per HST (snitt)	100 000
Adm. avgift per nybörjare	30 000

Kull												
	HT24	HT25	HT26	HT27	HT28	HT29	HT30	HST/termin	HST/år	År	Ersättning	Adm. avgift
HT24	10											
VT25	7							3,5				
HT25	7	20						13,5	17	2025	1 700 000	600 000
VT26	5	15						7,5				
HT26		12	30					21	28,5	2026	2 907 000	900 000
VT27		12	20					16				
HT27			18	50				34	50	2027	5 202 000	1 500 000
VT28			18	40				29				
HT28				30	60			45	74	2028	7 852 939	1 800 000
VT29				30	45			37,5				
HT29					35	80		57,5	95	2029	10 283 106	2 400 000
VT30					35	60		47,5				
HT30						50	100	75	122,5	2030	13 524 990	3 000 000

Utifrån dessa antaganden så kommer intäkter för anmälnings- och antagningsavgift öka från 600 000 kr 2025 till 3 000 000 kr 2030 samt att ersättning för HST och HPR till fakulteterna kommer att öka från ca 1 600 000 kr till ca 13 500 000 kr år 2030.

## Projektkalkyl

Handlingsplanen inkluderar en kalkyl för att beräkna vilka kostnader som tillkommer i och med en satsning på att utöka antalet avgiftsskyldiga studenter till år 2030. Kalkylen tar endast hänsyn till de universitetsgemensamma kostnader som utökas. De kostnader som uppstår på fakulteterna förutsätts täckas av den ersättning som varje HST/HPR genererar.

## Kostnader

Arbetsgruppen har tagit fram ett förslag om en utökad bemanning om sammantaget 215 % tjänst fördelat på 125% Internationella kontoret, 50 % Antagningsenheten, 10 % Kommunikationsavdelningen, 10 % Avdelningen för ekonomi och planering, 10 % Avdelningen för externa relationer samt 10 % för student- och alumnaktiviteter. Se mer detaljer under avsnittet *Organisation och bemanning*. Personalkostnaden har beräknats från 1/7 2024 till 31/12 2030. Utöver detta beräknas studentrekrytering- och marknadsföringsaktiviteter kosta ca 500 000 kr per år. Kalkylen tar även höjd för kostnad för arbetsrum samt 10 % påslag för indirekta kostnader.

## Intäkter

Utöver anmälnings- och antagningsavgiften om 30 000 kr per nybörjarstudent har projektkalkylen inkluderat att även ersättning för studieavgiftsskyldiga studenter bör finansiera universitetsgemensamma kostnader på liknande vis som ordinarie anslagsfinansierad utbildning. Särskilt när intäkten för studieavgiftsskyldiga studenter beräknas öka i omfattning från ca 1,6 mnkr till 13,5 mnkr 2030. Ett avdrag om 23 % på ersättningen till fakulteterna har därför kalkylerats kunna täcka kostnaderna i projektkalkylen. Ett avdrag om 23 % motsvarar det påslag som idag SUHF-modellen har för universitetsgemensamma kostnader på utbildningsprojekt. Till 2025 föreslås HST för studieavgiftsfinansierade studenter ingå i fördelningsnyckeln av universitetsgemensamma kostnader.

<b>Projektkalkyl</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>Summa</b>
<b>Intäkter</b>								
Anmälnings- och antagningsavgift	300 000	600 000	900 000	1 500 000	1 800 000	2 400 000	3 000 000	10 500 000
Faktura för universitetsgemensamma kostnader		391 000	668 610	1 196 460	1 806 176	2 365 114	3 110 748	9 538 108
<b>Summa intäkter</b>	<b>300 000</b>	<b>991 000</b>	<b>1 568 610</b>	<b>2 696 460</b>	<b>3 606 176</b>	<b>4 765 114</b>	<b>6 110 748</b>	<b>20 038 108</b>
<b>Kostnader</b>								
Löner inkl. soc avg	809 912	1 668 418	1 718 470	1 770 024	1 823 125	1 877 819	1 934 153	11 601 921
Driftkostnader	300 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	3 300 000
Lokaler	40 313	80 625	80 625	80 625	80 625	80 625	80 625	524 063
Indirekta kostnader	115 022	224 904	229 910	235 065	240 375	245 844	251 478	1 542 598
<b>Summa kostnader</b>	<b>1 265 246</b>	<b>2 473 947</b>	<b>2 529 005</b>	<b>2 585 714</b>	<b>2 644 125</b>	<b>2 704 288</b>	<b>2 766 256</b>	<b>16 968 582</b>
<b>Underskott/överskott</b>	<b>-965 246</b>	<b>-1 482 947</b>	<b>-960 395</b>	<b>110 746</b>	<b>962 051</b>	<b>2 060 826</b>	<b>3 344 491</b>	<b>3 069 526</b>

## Break-even och uppföljning

Utifrån ovan givna förutsättningar kommer projektet att helt finansiera utökade kostnader år 2027 när antalet nybörjare uppgår till 50 samt göra ett överskott om ca 3,3 mnkr år 2030 vid 100 nybörjare. Det bör nämnas att det troligen tillkommer utökade kostnader för studievägledning, studenthälsa, skrivhandledning etc när studentvolymerna ökar och det är viktigt att kontinuerligt följa upp projektet.

Förslagsvis skapas ett internt projekt vid Internationella kontoret där kostnader och intäkter samlas i redovisningen för att löpande kunna göra ekonomiska uppföljningar av projektet. Framtida överskott bör nyttjas till förmån för den studieavgiftsfinansierade verksamheten.

# Signature page

This document has been electronically signed  
using eduSign.

eduSign