

Jeg sender innspill både som markedsrådgiver i kommunikasjonsavdelingen med mangeårig arbeid for å profilere og markedsføre institusjonen, og som prosjektleder for Employer branding 2025/26.

Strategien og verdiene til Universitetet i Innlandet må både kunne operasjonaliseres og være noe ansatte kjenner seg igjen i og kan jobbe etter i det daglige. Jeg mener også at verdiene og strategien skal være en del av samme sak, og dermed støtte eller utfylle hverandre. I defineringen av strategi og verdier er det derfor viktig at

- de lett kan **operasjonaliseres**, ikke kun være skriftlige budskap
- de må fungere både **internt og eksternt** (kultur og omdømme)
- de skal gi stolthet og være gjenkjennbare i daglig drift

På bakgrunn av dette og med et blikk for å markedsføre og forsterke INN sitt omdømme, har jeg nedenfor kommet med forslag til endringer og justeringer som bidrar til en mer konkret og tydelig strategi. Jeg har også kommet med forslag til å systematisere måten verdier og faglige prioriteringer omtales i strategien, ved å dele dette inn i verdibasert del og fagbasert del av strategien.

Strategi Universitetet i Innlandet 2027–2032

1. Formål

Denne strategien beskriver hvordan Universitetet i Innlandet (INN) skal etablere en tydelig, troverdig og langsiktig posisjon som universitet i perioden 2027–2032.

Strategien skal:

- tydeliggjøre **hvem INN er, hva vi står for, og hva vi skal være kjent for**
- gi felles retning for intern kultur, prioriteringer og ekstern kommunikasjon
- understøtte universitetets samfunnsoppdrag

2. Strategiens kjerne

2.1 Visjon

Kort vei til kunnskap

Visjonen uttrykker INNs grunnleggende identitet og ambisjon:

INN skal være Norges mest tilgjengelige og samfunnsnære universitet, kjent for høy faglig kvalitet og **kort vei fra kunnskap til handling**.

Kort vei til kunnskap for INN betyr:

- kort vei mellom **studenter og fagmiljøer**

- kort vei mellom **forskning og praksis**
- kort vei mellom **universitetet og samfunnet**
- kort vei mellom **regionale behov og akademisk kompetanse og prosjekter**

Visjonen forener geografisk nærhet, profesjonsnærhet og akademisk kvalitet, og tydeliggjør INNs rolle som et tilgjengelig og relevant universitet i en tid med store samfunnsendringer og konkurranse.

Med en slik visjon, tør INN å etablere et merkevareløfte om hva vi faktisk skal levere på: Universitetet i Innlandet gir kort vei til kunnskap som er relevant, tilgjengelig og anvendbar – for studenter, profesjoner, arbeidsliv og samfunn.

2.2. Strategiens verdibaserte del

Den verdibaserte delen av strategien beskriver universitetets identitet, kultur og måte å være universitet på – på tvers av fag og satsinger. Verdiene skal gjennomsyre all daglig drift, og er høyere ranket i strategien enn de fagbaserte verdiene. Hvem vi er, hvilken «personlighet» INN har og hvordan vi skal oppfattes er grunnmuren i strategien. INNs tre foreslåtte verdier peker direkte til visjonen «Kort vei til kunnskap» og forklarer på sine måter hva INN skal jobbe etter for å strekke seg etter visjonen.

Verdier

I Inkluderende

Vi skaper åpne og tilgjengelige kunnskaps- og læringsmiljøer der medvirkning, mangfold og samarbeid gir bedre løsninger.

N Nyskapende

Vi utvikler ny kunnskap i møte mellom fag, praksis og samfunn, og er ambisiøse, kreative og handlekraftige i møte med endring.

N Nært

Vi har korte avstander mellom studenter, ansatte og fagmiljøer, og er tett på regionen, profesjonene og arbeidslivet.

2.3 Strategiens fagbaserte del

Den fagbaserte delen av strategien beskriver «hva vi skal være kjent for», det vil si hvilke områder Universitetet i Innlandet skal ta tydelige posisjoner innen, og hvordan faglig styrke og samfunnsrelevans kobles.

Kort vei til kunnskap innebærer at INN:

- utvikler kunnskap i samspill med samfunns- og arbeidsliv
- bidrar aktivt til profesjonsutvikling og samfunnsbygging
- gjør forskning og kompetanse tilgjengelig der behovene er størst

De strategiske satsingsområdene uttrykker hvordan INN gir *kort vei til kunnskap* innen områder der universitetet har særskilte fortrinn:

2.3.1 Beredskap, samfunnssikkerhet og robuste lokalsamfunn

Mål/ambisjon:

INN skal være et sentralt kunnskapsmiljø for totalberedskap gjennom samspill mellom teknologi, samfunn, helse, klima og kultur.

Nærhet til kommuner, beredskapsaktører og regionale behov gir kort vei til kunnskap som styrker samfunnets evne til å forebygge og håndtere kriser.

Evt utdyping i hva som inngår i satsningsområdet kommer etter ambisjonsteksten (det vil si at det viktigste og tydeligste i teksten kommer først).

2.3.2 Helse, livskvalitet og forebygging i samfunnet

Mål/ambisjon:

INN skal være en ledende kunnskapspartner for helsefremming, forebygging og arbeid mot utenforskap innen ulike deler i samfunnet. Gjennom sterke profesjonsutdanninger, tverrfaglig forskning og nærhet til tjenestene utvikler universitetet kunnskap med direkte betydning for livskvalitet og bærekraftige velferdstjenester.

Evt utdyping i hva som inngår i satsningsområdet kommer etter ambisjonsteksten (det vil si at det viktigste og tydeligste i teksten kommer først).

2.3.3 Læring, kreativitet og digital innovasjon

Mål/ambisjon:

INN skal være et ledende miljø for framtidens læring, digitale løsninger og kreative uttrykksformer, og utvikle kunnskap og praksis som gjør Innlandet til en attraktiv region for utdanning, kultur og teknologidrevet innovasjon – nasjonalt og internasjonalt.

Universitetet kombinerer pedagogikk, teknologi, kunst og mediefag for å utvikle nye læringsformer og formidlingsmåter – med kort vei mellom forskning, utdanning og praksis.

Evt utdyping i hva som inngår i satsningsområdet kommer etter ambisjonsteksten (det vil si at det viktigste og tydeligste i teksten kommer først).

2.3.4 Grønn omstilling og verdiskaping

Mål/ambisjon:

INN skal være en sentral kunnskapsaktør for grønn omstilling og verdiskaping, og bidra til løsninger som kombinerer bærekraft, arbeidsplasser og regional utvikling – i Innlandet og i andre europeiske regioner med tilsvarende forutsetninger.

Evt utdyping i hva som inngår i satsningsområdet kommer etter ambisjonsteksten (det vil si at det viktigste og tydeligste i teksten kommer først).

2.4 Attraktivitet for studenter, ansatte og samarbeidspartnere

INN skal være et attraktivt universitet å studere ved, arbeide hos og samarbeide med. Vi skal bidra til å gjøre Innlandet til en attraktiv region for utdanning og kompetanse.

Studentene er en sentral del av INNs identitet. Gjennom inkluderende læringsmiljøer, studentmedvirkning og praksisnære utdanninger skal INN gi:

- Faglig utvikling av høy kvalitet:
 - Øke rekruttering, studentgjennomføring og relevans i utdanningstilbudene, med særlig vekt på profesjons- og teknologirelaterte utdanninger
- Tilhørighet og trivsel:
 - Videreutvikle studiesteder og læringsmiljøer som oppleves som faglig stimulerende, inkluderende og engasjerende for studenter og ansatte
- Kompetanse som er relevant for arbeidsliv og samfunn:
 - Videreutvikle strategiske partnerskap med arbeidsliv, forvaltning, kultur- og næringsliv som gir merverdi i utdanning, forskning, innovasjon og samfunnsbidrag

3. Hvordan strategien skal brukes

Strategien skal:

- ligge til grunn for kommunikasjon, profil og historiefortelling
- støtte prioriteringer innen utdanning, forskning, rekruttering og partnerskap
- bidra til en felles forståelse av INNs rolle internt

Alle deler av organisasjonen har ansvar for å etterleve strategien, dens verdier og satsningsområder gjennom handling, samspill og kvalitet.

4. Det samlede strategiske løftet

Med kort vei til kunnskap, sterke fagmiljøer og tett samhandling bidrar Universitetet i Innlandet til omstilling, tryggere samfunn og framtidens læring – i Innlandet, i Norge og i verden.