

KUNNSKAP ER MAKT

Høyskolen Campus Kristiania

100 år



KUNNSKAP

ER **Høyskolen Campus Kristiania**
100 år

MAKT



NKS valgte fra starten av en fakkelmann som symbol, og slagordet «Kundskap er magt»

KUNNSKAP ER MAKT

Høyskolen Campus Kristiania
100 år



Høyskolen Campus Kristiania



INNHold

FORORD: Hundreåringen som ikke klatret ut gjennom vinduet og forsvant	7
1 HISTORIEN OM Høgskolen Campus Kristiania	9
NKS i de første 60 årene	10
Bedriftslederskolen, høyskolesatsning og fjernundervisning (1977–1992)	14
Ti krevende år (1993–2004)	16
Campus Kristiania etableres (2004–2009)	18
Strategiprosessen i gruppen	21
Skolenes status i 2005	23
Skolenes status i 2009 – en sterkere markedsposisjon	23
Mot nye mål 2010–2014	25
Ny strategi fra 2014	33
2 EN AMBISIØS HØYSKOLE	37
Hvorfor lykkes vi?	38
Morgendagens utdanning	46
Vår strategi for læring	52
3 REGIONALE STUDIESTEDER	59
Høgskolen Campus Kristiania Oslo	60
Høgskolen Campus Kristiania i studentbyen Bergen	62
Høgskolen Campus Kristiania i studentbyen Trondheim	67
Høgskolen Campus Kristiania i oljebyen Stavanger	70
4 FAKULTETENE OG VIRKSOMHETENE	77
Fakultetsadministrasjonene	78
Markedshøgskolen	80



INNHold

Norges Kreative Høyskole	84
Norges Helsehøyskole	88
NKS Nettstudier – anno 2014	92
Aktiv Læring	98
Education link – studier i utlandet	100
Fellesavdelingene: menneskene rundt høyskolens kjernevirksomhet	102
5 VÅR PEDAGOGISKE BUKETT	111
6 ØKONOMI OG FINANS	139
Situasjonen i 2004/2005	140
Fra fagskoler til høyskoler	141
Situasjonen i dag	142
7 EN HUNDREÅRING SER FREMOVER	145
Hva nå?	146
Premissene for vår tenkning omkring utvikling	147
APPENDIKS	150
Styret, rådsforsamlingen, høyskolekollegiet og ledergruppen	150
Organisasjonskart	152
Tidligere styreledere, direktører og rådsledere	153
Studietilbudene ved Høyskolen Campus Kristiania	154
Ansatte ved Høyskolen Campus Kristiania	155
Bibliografi. Forskningsartikler publisert av ansatte ved CK	162
Stikkordregister	173

2014 ©Campus Kristiania – Ernst G. Mortensens stiftelse

www.campuskristiania.no

Grafisk formgiving og sats: MILLA ; DESIGN

Omslagsdesign: MILLA ; DESIGN

Konsulenter på design og uttrykk: Svein Meek,

prosjektleder visuelle kommunikasjon CK, og Bettina Larsen, grafisk designer CK

Repro: Grøtting Grafisk

Trykk og innbinding: Livonia Print SIA, Latvia 2014

Redaktør: Stein-Oddvar Evensen

Forlagsredaktør og prosjektleder: Svein Arne Strømsodd

Bilredaktører: Morten Pedersen, Stein-Oddvar Evensen og Solfrid Lind

Forlag: Oppdragsforlaget.no. Svein Arne Strømsodd

Mars 2014 ble det tatt en avgjørelse om at vi skulle lage en jubileumsbok for å markere at Høyskolen Campus Kristiania er 100 år.

I løpet av fem måneder har det vært mye glede, frustrasjon, konsentrasjon og diskusjon. Når jubileumsboken nå endelig er ferdig, ser vi virkelig hvor mye tid og arbeid det har tatt. Takket være skriveferdighetene og erfaringene som Trond besitter, har dette blitt en jubileumsbok vi kan være stolte av!

Omslagsbilde: Tonje Gulbæk Barstad

Bilder inne i boken:

Trine Merete Olsen

Peter Mydske

Marit Gaare Laache

Morten Pedersen

Stein-Oddvar Evensen

Espen Odén Evensen

Mia Kjøning Vollen

Line Louise Røen

Joachim Steinbru

Eirik Andreassen

Trond Blindheim

CKs fotoarkiv

Tekstforfattere:

Trond Blindheim

Stein-Oddvar Evensen

Dagny Blom

Morten Pedersen

Solfrid Lind

Pål Nakken

Marit Gaare Laache

Erling Dokk Holm

Hege Ulveland

Tine Widerøe

Heidi Åberg

Christin Calvert

John Magne Kalhovde

Siri Jakobsen

Lora Shpak

Johan Vesteraas

Line Louise Røen

Mia Kjøning Vollen

Axel Eikner

Erling Ljoså

Det må ikke kopieres fra denne boken i strid med åndsverkloven eller avtaler om kopiering inngått med KOPINOR, interesseorgan for rettighetshavere til åndsverk.

FORORD

HUNDREÅRINGEN SOM IKKE KLATRET UT GJENNOM VINDUET OG FORSVANT

Dette er ingen historiebok. Det er en bok om hvordan vi har det på Høyskolen Campus Kristiania akkurat nå, i jubileumsåret 2014. Ikke desto mindre bygger fortellingen på erfaringene til en kunnskapsbedrift som har levd et langt og begivenhetsrikt liv. Ja, vi har faktisk holdt det gående i nøyaktig hundre år. Det betyr ikke at helsen svikter, eller at vi som jobber her har planer om å klatre ut gjennom vinduene og forsvinne. Situasjonen er snarere tvert om, og straks skal du få se at vi er en høyskole som er i sitt livs form. En høyskole som hver dag forbereder og forbedrer livet til tusener av unge mennesker. Derfor er det en glede for oss å ønske velkommen til denne omfangsrike presentasjonen av hva Høyskolen Campus Kristiania tenker og gjør i det Herrens år 2014, vårt hundreårsjubileum.

Er vi for store? Er vi for små? Er vi for praktiske? Er vi for teoretiske? Går vi for fort frem? Er studiene fremtidsrettet? Har vi den rette fagkompetansen? Får studentene relevante jobber? Er det inspirerende og hyggelig å jobbe her?

Alt dette, og enda mer, skal vi prøve å svare deg på. I tillegg skal vi fortelle deg hva 147 faglig ansatte, 134 administrativt ansatte og mange tusen studenter holder på med i år, i 2014. Det er alle disse menneskene som sammen har gjort Høyskolen Campus Kristiania og stiftelsens grunnlegger, Ernst G. Mortensen, sine drømmer og visjoner til virkelighet. Og det gleder oss å fortelle at det er disse 281 menneskene som er hovedgrunnen til at over fire tusen studenter i morgen kommer på forelesning, undervisning, gruppearbeid, veiledning og til lesesalen.

Håpet vårt er at boken gir deg et bilde av det mangfoldet som preger virksomheten vår når det gjelder undervisning, forskning og formidling, og at alle fotografiene av skolen og vi som jobber her, bringer deg nærmere hvem vi er, hvordan vi tenker, kommuniserer og hvem vi lar oss inspirere av.

Boken har to målgrupper: De som arbeider her i dag, og som takket være boken får med seg et kjærkomment minne den dagen de går av med pensjon, et minne som de forhåpentligvis vil bla i og vise sine barn og barnebarn som om det var et gammelt fotoalbum.

Den andre målgruppen kan ikke lese, eller er ikke født ennå. Den består av mennesker som arbeider her om tjue, førti eller seksti år. Kanskje deg? Ønsket er at de synes det er spennende å se og lese om oss som arbeider her i dag, hvem vi var, hva slags roller vi hadde, hvordan organisasjonen var strukturert med fakulteter og studietilbud, og hvordan klasserommene og auditoriene så ut.

Til slutt: Du tror kanskje det er en smal sak å skrive en bok som dette, men den gang ei. Boken er skrevet innimellom arbeidsoppgaver som har førsteprioritet, i hektiske eksamenstider mellom påsken og sommerferien 2014. Heldigvis har vi fått skrivehjelp fra mange medarbeidere, så boken er slik sett et kollektivt dugnadsprosjekt. Det bærer den sikkert preg av òg. Jubileumsbøker blir gudskjelov ikke anmeldt i mediene, og ingen forventer at det skal være stor litteratur.

Antall sider vi har hatt til rådighet, gjør at vi ikke kan gi alt og alle like stor plass. I utvalget av små og store bilder og presentasjoner av enkeltmedarbeidere har bokens redaktører latt seg lede av hvem omgivelsene løfter frem i samfunnsdebatten, forskningen og undervisningen. Det er tross alt undervisning, forskning og formidling som er høyskolens kjernevirksomhet. Det betyr imidlertid ikke at det også finnes mange andre juveler som burde ha vært fremhevet. Men vi måtte sette grensen ved knappe to hundre sider, og vi har ikke hatt tid til høringsrunder.

Bare en ting til:

Til dere som jobber her ved neste store jubileum, for eksempel 150-årsjubileet i 2064 – gjør som oss: Hver gang vi står foran en forsamling med unge studenter og føler deres energi, slapper vi helt av og smiler. For da vet vi at Norge overlates i trygge hender. For om femti år, når dagens unge er blitt «gamle tullebukker» som deg, og skal gi fakkelen videre til neste generasjon, er vi ikke i tvil om at det lyser enda mer strålende av Norge og høyskolen vår enn ved 100-års jubileet. Ja, vi vedder livet på det.



Atriet på Høyskolen Campus Kristiania benyttes ved mange anledninger. Både ansatte og studenter setter pris på mulighetene atriet gir. I tillegg til å være et sosialt samlingssted i det daglige, arrangeres det også avslutningsseremoni, sommerfest og fadderuke her.

1

Historien om Høyskolen Campus Kristiania

I 1914 etablerte den da 27 år gamle oslomannen Ernst G. Mortensen landets første brevskole, Norsk Korrespondenceskole (NKS). I løpet av få år ble NKS landets største utdanningsinstitusjon.

Ernst G. Mortensen etablerte brevskolen ved siden av sitt faste arbeid som kontorsjef. Målet hans var å tilby utdanning på tvers av økonomiske, sosiale, kulturelle og geografiske barrierer, som ellers stengte veien for mange mennesker. Selv måtte han av økonomiske grunner gi opp drømmen om artium, men han hadde en visjon om å kunne tilby utdanning til andre.

NKS ble etter hvert en del av et større konsern som Mortensen bygde opp, med bladforlag, bokforlag og trykkeri, men det ble aldri tatt utbytte fra virksomheten. I 1976 donerte Mortensen-familien NKS til en selveiende stiftelse – Ernst G. Mortensens Stiftelse.

Selv om stiftelsen har skiftet markedsnavn og organiseringsstruktur flere ganger, har den alltid holdt fast ved sitt formål og Ernst G. Mortensens grunnidé. Derfor har stiftelsen også i dag det samme hovedmålet: å gi flest mulig anledning til utdanning og personlig utvikling i et livslangt læringsperspektiv, til beste for samfunnet.

Stiftelsen har ingen eiere, og alle midlene skal kun brukes til å realisere stiftelsens formål. Stiftelsen skal ikke ta ut overskudd utover det som er nødvendig for å sikre en sunn økonomisk drift. Alt overskudd går derfor til videreutvikling av virksomheten.



Ernst G. Mortensen (1887–1966) startet Norsk Korrespondenceskole i 1914. Han var skolens leder frem til 1961.

■ NKS I DE FØRSTE 60 ÅRENE

For 100–150 år siden var det en radikal tanke å løsrive utdanning og undervisning fra skolestuen. Det var ikke så lenge siden skolesystemet ble gjort tilgjengelig for alle, men for de fleste var utdanning utover elementær folkeskole fortsatt et nokså uoppnåelig mål. Tanken oppstod i mange land frem mot det forrige århundreskiftet at det kunne gis opplæring på en annen måte. Lærestoffet kunne fremstilles i skriftlig form, og et stadig mer pålitelig postvesen kunne benyttes til regelmessig kontakt mellom elever og lærere.

KORRESPONDANSEUNDERVISNING – EN NYSKAPNING I NORSK UTDANNING

Ernst G. Mortensen hørte om den nye metoden, korrespondanseundervisning, da hans bror dro til Mexico i 1907 for å installere nye poststemplings-

maskiner der. Han fikk kontakt med og ble agent for en amerikansk brevskole, «International Correspondence Schools», stiftet i 1891, og skrev hjem til sin bror om dette. Ernst G. Mortensen reiste over i 1911 for å studere metoden ved selvsyn. Hjemme i Norge igjen begynte han å legge planer for sin nye skole.

Han utarbeidet selv undervisningsbrev i dobbelt bokholderi, og engasjerte en bekjent til å utarbeide et kurs i handelskorrespondanse. Brevene ble trykt, og de første annonser for Norsk Korrespondenceskole ble rykket inn i bladet Hjemmet i september 1914. Den 4. oktober lå den første innmeldingen i posten, sammen med ti kroner. Den første eleven het Hanna Nielsen og var fra Kongsberg.

Innen årets utløp fikk skolen 125 elever, og innmeldingene holdt seg på et beskjedent nivå de første

par årene. Men det viste seg at skolen dekket et økende behov. Det var verdenskrig og jobbetid, og mange hadde bruk for kunnskaper i handelsfagene. Fra 1917 økte elevtilstrømningen raskt. Mortensen satset på utvikling av en rekke nye kurs, bl.a. innen språk, landbruk og tekniske fag. Skoleplaner og annonser appellerte stadig sterkere til ungdom som ville noe, og som forstod at kunnskap og utdanning kunne gi dem nye muligheter i livet.

EN SKOLE FOR ALLE

Allerede fra 1917 ble skolens profil utvidet i flere retninger. Kurs i språk, norsk og regning kunne tjene som forberedelse til ulike skoleslag og eksamener, bl.a. til middelskoleeksamen og etter hvert gymnas, eller som forkurs for lærerskole. Utover i 1920-årene ble lærere en stor og viktig målgruppe



NKS var tidlig ute med å reklamere for sine utdanninger. Markedsføring og distribusjon av studiene var viktig for Ernst G. Mortensen, og han fikk etter hvert sitt eget postkontor, kalt NKS-posten.

for NKS. Også de som siktet mot tekniske skoler og fagskoler fant nyttige kurs i skolens tilbud – som fagtegnning for ulike yrker, praktisk norsk, regning og kalkulasjon, maskinlære osv. Et kurs om praktisk elektrisitet ble svært populært, etter hvert også radioteknikk. NKS lanserte også kurs i emner som musikkteori, spedbarnsstell og sykepleie. Skolen ble kjent og populær over hele landet. Innmeldingstallene lå i 1920-årene på 5–6000 hvert år. I årene før krigen steg de til 8–9000.

Fra starten og i hele mellomkrigstiden hadde skolen en stor overvekt av mannlige elever. Etter krigen jevnet det seg mer ut. Brevundervisningen gjorde det mulig å forbedre sine kunnskaper, også for dem som ikke hadde tid og penger, eller som bodde slik til at det var problematisk å gå på en vanlig skole. Dessuten var NKS ofte tidlig ute med

nye fagområder og utviklingstrekk innenfor yrkesopplæringen, og kunne fremstå som mer moderne enn vanlige skoler.

I 1930-årene ble det spilt inn gramfonplater til språkkursene, og Norges Håndverkerforbund innledet et samarbeid med NKS om flere nye kurs innen fagopplæringen. Ved 25-årsjubileet i 1939 hadde skolen 115 kurs og ca. 40 lærere.



NKS sendte jevnlig ut nyhetsbrev til sine elever.



Krigsårene ble benyttet til en sterk fornyelse av kurstilbudet, og flere nye fagfolk ble knyttet til skolen.



Elever over hele verden. En av mange interessante «stands» på Norsk Korrespondanseskoles store jubileumsutstilling i 1939.

KRIGSVEKST OG TILBAKEGANG

Årene 1940–45 ble en unntaksperiode på mange måter. Elevtallene ved NKS vokste dramatisk, til nær 50 000 de siste krigsårene. Flere vanlige skoler fikk problemer under krigen, folk fikk mer fritid og hadde bra med penger. Krigen hadde skapt stor mangel på materialer til å fremstille grammofoonplater. NKS annonserte derfor etter brukte plater for å produsere nye til skolens språkkurs.

Mange satset på utdanning gjennom brevundervisning, og nye brevskoler dukket opp i stort antall. Ernst G. Mortensen greide å skaffe nødvendige midler til skolens drift gjennom hele krigen. Krigsårene ble benyttet til en sterk fornyelse av kurstilbudet, og flere nye fagfolk ble knyttet til skolen. Før krigen hadde Mortensen startet både forlagsvirksomhet og ukebladutgivelse (Norsk Ukeblad). Da

ukebladet ble stoppet av tyskerne, fikk flere forlagsansatte arbeid i NKS.

Etter krigen sank elevtallet selv om det holdt seg noe høyere enn før krigen. Papirrasjonering skapte vansker også for markedsføringen. Økonomien ble anstrengt, og staben måtte reduseres.

To nye konkurrenter kom på banen, drevet av store organisasjoner: Landbruksorganisasjonene startet Landbrukets Brevskole, som etter hvert ble overtatt av landbruksavdelingen i NKS. Fag- og arbeiderbevegelsen etablerte Folkets Brevskole, og denne brevskolen bremsede den tilnærmingen som NKS hadde begynt mot Arbeidernes Opplysningsforbund om yrkesopplæring i bedrifter. Skolens profil ble etter hvert noe endret, siden kursene for realskole og gymnas ble flere og viktigere enn før.

NKS-ORKESTERET

De spesielle krigsårene med stor aktivitet og tilgang av nye medarbeidere gjorde at det vokste fram et tett og inspirerende sosialt miljø på skolen. Flaggskipet i dette miljøet var NKS-orkesteret. Et populært arrangement var de musikkafteene som orkesteret holdt for de ansatte. Orkesteret ble startet 4. desember 1940 med Ernst G. Mortensen som dirigent. Musikerne var stort sett medarbeidere ved skolen. Ambisjonsnivået var høyt, og det ble spøkt med at Mortensen ikke ansatte noen før han hadde undersøkt om vedkommende spilte et instrument.

Repertoaret spente fra verker av Rossini og Johan Strauss til Edvard Grieg og Johan Svendsen. Solister ble dels hentet utenfra, men skolen kunne også selv stille med en rekke kjente eller senere kjente



NKS-orkesteret ble etablert 4. desember 1940 med Ernst G. Mortensen som dirigent. Musikerne var stort sett medarbeidere ved skolen.

personligheter. Mortensens sønn, komponist og senere professor Finn Mortensen, var med, og orkesteret uroppførte i 1942 en klaverkonsert av ham med Johan Øian som solist.

NKS BLIR EN FRITTSTÅENDE STIFTELSE

1960- og 1970-årene var preget av store skolereformer. Samtidig tok myndighetene et større ansvar for at voksne skulle få mulighet for utdanning – under slagordet «rettferdighet på etterskudd». I 1975 ble det innført en tilskuddsordning for alle som tok brevkurs. I eksamensrettede kurs ble det gitt full refusjon ved fullføring, i andre kurs dekket staten 65 % av kursavgiften. Dette førte til rekordstor tilstrømning til brevundervisning. Innmeldingene til NKS ble nesten doblet fra 1974 til 1976 – i løpet av dette året fikk skolen 73 000 nye elever.

Ledelsen i og eierne av NKS hadde stor tro på fremtiden, men så også store utfordringer for skolen. De store skolereformene skapte behov for en betydelig fornyelse og utvikling av kurstilbudet. NKS endret kursutviklingen slik at hele kurset nå ble sendt elevene ved innmelding, og man rustet også opp den grafiske kvaliteten på kursmateriellet.

I 1971 ble NKS-Forlaget etablert. Dels gav forlaget ut bøker basert på kursmaterieell fra brevskolen, dels nyutviklede læreverk og andre utgivelser. Skolen og forlaget fikk ny felles redaksjonsavdeling. Samtidig startet de å planlegge overgangen til edb-baserte, administrative systemer. Man så for seg en ny æra for skolen, basert på et økende offentlig ansvar for alle typer voksenopplæring i samfunnet. NKS tilbød på denne tiden ca. 350 kurs, hadde 150 fast ansatte og over 400 eksterne lærere.



Et flott skinninnbundet gavebrev fra familien Mortensen ble overrakt brevskolen. Dette markerte overgangen til selveiende stiftelse for skolen 4. oktober 1976.

Med dette som bakgrunn besluttet Ernst G. Mortensens fire sønner å donere virksomheten NKS til en frittstående, selveiende stiftelse. Denne ble etablert 4. oktober 1976 under navnet Ernst G. Mortensens Stiftelse. I formålsparagrafen het det at stiftelsen skulle «videreføre grunnleggerens idé: at alle i vårt land skal gis større muligheter for utdanning og personlig utvikling». Grunnleggerne av stiftelsen mente at med den økonomiske støtten som skolen nå ville få fra staten, ville det ikke være riktig at den fortsatte som en privateid bedrift.



Leder av bedriftslederskolen, Reidun Farnes, her med to viktige støttespillere, Sverre Lien og Malvin Nordstrand.

■ BEDRIFTSLEDERSKOLEN, HØYSKOLESATSNING OG FJERNUNDERVISNING (1977–1992)

To nye strategier ble lagt på 1970- og 80-tallet: Etter hvert som ordinær grunnskole og videregående skole ble bygd ut i de fleste kommuner, begynte NKS fra 1981 å bygge opp et tilbud på høyskolenivå – dels i samarbeid med offentlige høyskoler, dels i egen regi med NKS Høyskole. Helt fra 1970-tallet innså man at brevundervisning stod foran en teknologisk utvikling, særlig når det gjaldt kommunikasjon med elevene.

Et langsiktig forsøks- og utviklingsarbeid ble satt i gang, som bl.a. førte til at skolen i 1988 skiftet navn til NKS Fjernundervisning. I 1989 startet forsøk med datakonferanser – forstadiet til dagens nettstudier. For den nye stiftelsen var situasjonen i slutten av 70-årene svært vanskelig, preget av økonomiske problemer.

BEDRIFTSLEDERSKOLEN

Det var flere årsaker til at NKS fikk snudd utviklingen omkring 1980, og kom ut av de økonomiske

problemene. Organisasjonen ble slanket, kurstilbudet ble redusert, og administrative systemer og økonomistyring ble forbedret. Elevtilstrømningen økte også på nytt, særlig innen merkantil sektor. Handelsfagene fikk et sterkt oppsving, og et nytt tilbud slo igjennom for alvor: Bedriftslederskolen. Bedriftslederskolen ble etablert allerede i 1968, men den slo ikke helt til før ti år senere. Den var et tre semesters studium bygd opp omkring fag som regnskap og økonomi, ledelse, jus og finansiering.

HØYSKOLESTUDIER – EN FREMTIDSRETTET SATSNING

En viktig strategisk beslutning for NKS var å satse på kurs på høyere nivå. Med økende utdanningsnivå i befolkningen var det nødvendig å bygge ut tilbudene innen høyere utdanning.

I andre europeiske land ble det på denne tiden satt i gang fjernundervisning på universitetsnivå. Mest kjent ble det britiske Open University, som startet sin virksomhet i 1970, og vakte stor oppmerksomhet over hele verden. Inspirert av utenlandske erfaringer, bl.a. i Frankrike, inngikk NKS i 1981 en samarbeidsavtale med Rogaland distriktshøgskole om et kursopplegg for det toårige økonomisk-administrative studiet.



På annonsen kan man se de gule kupongene som i mange år var et kjennetegn på annonsene til NKS: «Vennligst send meg studiekatalogen ...»

Høyskolen skulle være faglig ansvarlig for kursene, NKS skulle produsere materiell og organisere undervisningen. Studentene skulle gå opp til samme eksamen som ordinære studenter. Tross betydelig skepsis fra andre høyskoler og regionale høyskolestyrer ble kursene populære. Allerede i 1983 hadde kursene 1200 studenter, og 500 hadde avlagt deksamener med gode resultater. Avtalen varte til 1994.

NKS forsøkte å få lignende avtaler med andre høyskoler, og i 1983 ble det inngått samarbeid med Telemark lærerhøgskole om et studium i informatikk for lærere. Denne samarbeidsmodellen er brukt i en lang rekke senere samarbeidsprosjekter med mange offentlige høyskoler og universiteter.

Samtidig som man søkte samarbeid med høyskoler, vokste det fram planer om egen høyskolevirksomhet i NKS. I 1985 ble det besluttet å starte en egen NKS Høyskole. Det ble utviklet et toårig studium i økonomi og ledelse, først som ordinært kveldsstudium i Oslo fra høsten 1986. Tanken var at det skulle tilbys både på tradisjonell måte og som fjernundervisning. NKS Høyskole fikk eksamensrett for dette studiet i 1987 og for ADB-studiet i 1989.

Fra 1. juli 1988 heter vi

Fjernundervisning

Gjennom snart 75 år har NKS drevet undervisning over avstand. Og helt inntil for få år siden var "korrespondanseskole" et fullt ut dekkende begrep for vår virksomhet.

I dag har den tekniske utviklingen muliggjort helt andre undervisningsformer enn bare gjennom brev. Telefon og lydlasett er tatt i bruk i en rekke kurs for å styrke den personlige kontakten mellom elev og lærer. Nå kommer også en lang rekke andre medier, som for eksempel datateknologi og video. Fjernsyn og radio skal vi fortsette vårt gode samarbeid med.

Jo, det er på høy tid med et navnebytte. Selv om "grunnformen" på de fleste kurs stadig er brevet, så er mulighetene for større nærhet over lange avstander tilstede i en grad som nesten var utenkelig for få år siden.

Nye, viktige symboler

I den nye kurskatalogen for NKS Fjernundervisning vil det under hver kursentale finnes et symbol som heter "Undervisningsform". Der vil det være gitt ett eller flere symboler som forteller hvilke hjelpemidler som er tilgjengelige for de enkelte kurs. De symbolene som foreløpig tas i bruk, er disse:

Telefontime	
Konferansetarknutt	
Eksternkonferanse	
Temalinje	

Etter ønske av disse tilstandene er kort beskrevet på bakgrunn. Her skal vi bare nevne en foreskrevet som også åpnetes fra 1. juli 1988, og som først og fremst tar sikte på å bedre elevenes kontakt seg mellom:

NKS åpen linje

Gjennom å slå telefonnummer (02) 99 33 48 kan elevene -- når som helst på døgnet -- ta en prat med andre NKS-ere som tilfeldigvis er inne på linjen. Der kan de løse felles problemer og eller snakke om hva de vil. Inntil nå har elevene kun snakket samtidig, og det vil utvilsomt bety at det noen ganger kan være vanskelig å komme inn på linjen. Andre ganger kan sikkert også det motsette skje -- at linjen er tom fordi ingen andre har ønsket seg. Men NKS ÅPEN LINJE berde i alle fall gi en kjærkommen anledning til kontakt med nestetruende, noe vi antar har vært et stort søn for mange "korrespondanse-elev" opp gjennom årene.

I 1988 skiftet NKS etternavn fra NKS Korrespondanseskole til NKS Fjernundervisning. Det nye navnet skulle synliggjøre at mange nye medier var tatt i bruk i kommunikasjonen med studentene, ikke bare det tradisjonelle brevet.

Både klasseundervisningen og ADB-studiet fikk kort levetid, men NKS Høyskole fortsatte med fjernundervisning i økonomi og ledelse. Fra 1989 var hele høyskolekandidatstudiet i økonomi og ledelse utviklet for fjernundervisning, med bruk av datakommunikasjon (konferansesystemer) i kontakten med studentene. Det toårige økonomistudiet ble et varig tilbud gjennom flere omorganiseringer fram til dagens bachelortilbud i samarbeid mellom NKS Nettstudier og Markedshøyskolen.

FRA BREV- TIL FJERNUNDERVISNING

I 1988 skiftet som nevnt NKS navn fra Norsk Korrespondanseskole til NKS Fjernundervisning. I en brosjyre ble dette begrunnet med at «vi har vokst ut av vårt gamle navn». Det nye navnet skulle synliggjøre at mange nye medier var tatt i bruk i kommunikasjonen med studentene, ikke bare det tradisjonelle brevet.

For fjernundervisningens del kom inspirasjonen særlig fra Open University og fra universiteter i USA og Canada. «Distance education» var nå den gjengse betegnelsen utenlands, og også i Norge

begynte noen å oppfatte brevundervisning som litt gammeldags. NKS var godt forberedt på utviklingen.

ANERKJENNELSE, AVREGULERING OG STERKERE ØKONOMI

Brevundervisning var en anerkjent og mye brukt undervisningsform stort sett gjennom hele det 20. århundret. Grunnleggeren, Ernst G. Mortensen, ble utnevnt til ridder av St. Olavs Orden allerede i 1939. De mange støtteordningene etter krigen var også uttrykk for anerkjennelse fra staten.



Fra venstre, øverst: Per Omar Johansen, Laila Olsen, Tine Widerøe, Knut Flenstad, Lena Kildahl, Ingolv Hageberg, Bente Karlsen, Mette Wille Bødtecter, Eivind Myhre, Eli Synnøve Brenna og Heidi Andersen



Fagskolens ledergruppe. Øverst fra v.: Annelise Kiønig, rafting guide, Monica Hestnes, Tom Atle Hærland, Nina Opsahl, Erik Brandt, Lill Bente Totland, Arild Slettebø, Tine Widerøe og Lars Bjørn Larsen.

■ TI KREVENDE ÅR (1993–2004)

NKS opplevde svært god vekst og høy lønnsomhet på 1980-tallet. Stiftelsen ble skattefri etter en dom i Høyesterett i 1985, noe som ytterligere styrket det økonomiske grunnlaget. Ved inngangen til 1990-årene stod stiftelsen derfor godt rustet til nye fremstøt. Samtidig begynte man å se tilbakegang på flere områder, og det vokste fram et ønske om «flere ben å stå på». En viktig konkurrent, K.A.-skolen (Korrespondanse Akademiet), ble kjøpt allerede i 1985, men mulighetene for ekspansjon ved oppkjøp innen fjernundervisning var begrenset.

MI-GRUPPEN OG MERKANTILT INSTITUTT

Oppkjøpet av MI-Gruppen i 1993 markerte en helt ny epoke i stiftelsens lange historie. NKS hadde i 80 år basert seg på fjernundervisning, hovedsakelig for voksne. Med MI ble stiftelsen utvidet med stedbasert klasseundervisning. MI rettet seg mot unge menneskers behov for kortere, yrkesrettede utdanninger, og baserte seg på klasseromsundervisning. Oppkjøpet markerte også at NKS Fjernundervisnings storhetstid som brevkole var over. Men stiftelsens ambisjoner besto. NKS-Gruppen ville fortsatt spille en rolle som en stor, anerkjent aktør i norsk utdanning, med både fjernundervisning og direkte undervisning. MI hadde et godt potensial for vekst, og skolen ville kunne styrke stiftelsens posisjon på etter- og videreutdanningsmarkedet.

Ved oppkjøpet besto MI-Gruppen av mange selskaper, med Merkantilt institutt (MI) som hovedvirk-

somhet. MI hadde avdelinger i Oslo, Bergen, Trondheim, og flere avdelinger ble etablert etter hvert.

MI hadde stor bredde i porteføljen, og med noen klare bestselgere som 1. avdeling jus, webdesign/Mac-design og reiseliv vokste MI raskt i antall studenter og omsetning. Reform -94 og den nye strukturen på all postgymnasial utdanning økte etterspørselen etter MIs korte, yrkesrettede tilbud. Alle tilbudene ble etter hvert godkjent i Statens lånekasse.

Mot slutten av tiåret ble medie- og kommunikasjonsfag en stadig større del av porteføljen, og skolen forberedte seg til den kommende fagskoleloven. Skolens organisasjon og fagtilbud skulle bygges opp til å møte kvalitetskravene i den nye «Lov om fagskoleutdanning av 2003», og etablere sitt omdømme som en seriøs og kvalitetsbevisst fagskole.

STYRKING AV HØYSKOLEVIRKSOMHETEN

NKS Høgskole ble etablert i 1986, og var nyskapende i sin satsing på fjernundervisning på høyere nivå. Med oppkjøpet av MI-Gruppen ble høyskolevirksomheten i stiftelsen styrket. MI-Gruppen hadde eierandeler i en høyskole, Institutt for Høyere Markedsføring (IHM), og stiftelsen kjøpte de resterende aksjene noe senere. IHM ble slått sammen med NKS Høgskole til Oslo Merkantile Høgskole (OMH) i 1996.

Sammenslåingen betød at OMH omfattet både fjernundervisning og direkte undervisning. Fjernundervisningstilbudene ble administrert av NKS Fjernundervisning, og klasseromsundervisningen foregikk i stiftelsens nye lokaler på Bislett i Oslo. Noen år senere (1999) ble høyskoleledriften utvidet ytterligere ved oppkjøpet av Norsk Reiselivshøgskole (NRH). NRH var en av landets største reiselivshøgskoler, og var blitt startet bare noen få år tidligere.

NKS FJERNUNDERVISNING I OMSTILLING

Tiåret fra 1993 til 2003 var preget av store markedsendringer, med stagnasjon og tilbakegang i omsetning og antall studenter. Det offentlige skoleverket ble bygget ut på alle nivåer, og behovet for NKS sitt tilbud var ikke like tydelig. Men NKS fant nisjer i markedet der det fortsatt var udekkede utdanningsbehov.

En sammenlikning mellom årene 1993 og 2003 gir et bilde av den omstillingen NKS var gjennom i dette tiåret:

I 1993 var NKS fortsatt en brevkole, med innslag av datakommunikasjon, lyd- og bildemedier. I 2003 var omdanningen til en ren nettskole godt i gang, og høyskolestudier hadde fått en mye større plass. Skolen mottok ca. 6000 innmeldinger i 2003, det var bare tiendedelen av tallet i 1993. Store reduksjoner i statsstøtten kom i tillegg til nedgangen i antall innmeldinger; i perioden ble statsstøtten redusert med nesten 10 mill. kr.



Fra åpningen av de nye lokalene i Frydenlunden ved Bislett. Øverst til venstre direktør Jan B. Ommundsen. Under: Jon Lilletun, leder av Kirke- og utdanningskomiteen på Stortinget. I midten: Magne Furuholmen, som stod for utsmykningen i Glasshallen. Til høyre ser vi forlagssjef Hallstein Laupsa under sin åpningstale.

Store nedskjæringer og kostnadsreduksjoner var nødvendig for å sikre videre eksistens, og i 2003 var skolen i økonomisk balanse etter flere år med driftsunderskudd.

SAMLOKALISERING PÅ BISLETT

I august 1995 ble alle virksomhetene i stiftelsen samlokalisert i et eget nybygg på Bislett, på samme område som Høgskolen i Oslo. NKS-Gruppen var det nye samlenavnet på alle skoler og virksomheter i stiftelsen.

Samlokaliseringen var en milepæl og utvilsomt riktig for å kunne legge til rette for et felles løft for fremtiden. Det skulle likevel ta svært lang tid

før samlokalisering ga gevinst. Det var dristig å satse på positive synergieffekter mellom en ærverdig og tradisjonsbundet brevskole, NKS, og en ung, nystartet energibunt av en skole, MI. Kulturforskjellene mellom de to skolene var enorme. OMH skulle finne sin form etter sammenslåingen av NKS Høgskole og IHM, og hadde mer enn nok med sin egen synergi-prosess. Flere fremstøt ble gjort for å styrke høyskolesatsingen i stiftelsen, men resultatene uteble.

ET TURBULENT TIÅR

Det var et turbulent tiår med stadig nye virksomheter. Gjennom 90-tallet hadde stiftelsen foretatt mange oppkjøp og etableringer, i både



I 1996 ble NKS Høgskole slått sammen med IHM. Det nye navnet for stiftelsens høyskole ble OMH, Oslo Merkantile Høyskole.

inn- og utland. Ledelsen hadde visjoner om å bygge en helhetlig utdanningsinstitusjon med mange nivåer, varierte undervisningsformer og stor bredde. Det skulle skapes synergieffekter for å vinne en posisjon som en institusjon med unik bredde og kraft. Men virksomhetene og deres ulike markeder var på langt nær enige i en slik felles satsning. Store organisasjonsendringer og mange utskiftninger blant lederne i både NKS Fjernundervisning og NKS Høyskolene førte til ytterligere tap av fokus og kompetanse.

Stiftelsens nyutviklinger og oppkjøp hadde krevd store investeringer. Det betød svekket lønnsomhet i MI og liten avkastning tilbake til stiftelsen. Videre hadde ikke NKS klart å opprettholde sin store omsetning i takt med store markedsendringer og betydelig redusert statsstøtte. NKS-Høyskolene klarte heller ikke å innfri styrets krav om lønnsomhet, og NKS-Forlaget stod mer og mer på siden av de andre virksomhetene.

AKSJON LØNNSOMHET I 2001

I 2001 gikk alle tre skolene med store underskudd. Det var et svært vanskelig år, med lavkonjunktur og høy arbeidsledighet. Det meste av stiftelsens kapital ble borte. Stiftelsen måtte derfor ta konsekvensene av at den hadde levd over evne fra midten av 90-tallet, og en stor omstrukturingsprosess ble igangsatt. Virksomhetene måtte gjennomføre store nedbemanninger og andre kostnadsreduksjoner. NKS-Forlaget ble solgt i 2002.

De tre skolene, NKS Fjernundervisning, Merkantil Institutt og NKS Høyskolene, kom etter hvert styrket ut av krisen. Etter omfattende nedbemanning og annen omstrukturering etter 2001 var skolene rustet for lønnsom drift. MI var klar for overgangen til fagskole med den nye fagskoleloven av 2003. NKS Fjernundervisning hadde lagt grunnlaget for å bli en nettskole gjennom et langsiktig utviklingsarbeid med ny teknologi i administrasjon og undervisning.

I 2003 fikk endelig begge høyskolene statsstøtte, og dermed fikk de det nødvendige økonomiske grunnlaget for å implementere den nye Kvalitetsreformen av 2003, posisjonere seg på nytt i markedet og skape en etterlengtet, lønnsom vekst.





I 2005 flyttet Campus Kristiania til nye lokaler i Kirkegata 24–26. Fra venstre: Administrerende direktør Solfrid Lind, Idar Vollvik, næringsminister Børge Brende og førstelektor Trond Blindheim.

Da Solfrid Lind tiltrådte som administrerende direktør, så hun store muligheter i å videreutvikle stiftelsens høyskolevirksomhet, den gang OMH Business School (OMH) og Norsk Reiselivshøyskole (NRH). Den første tilnærmingen mot dette målet var å endre navnet OMH Business School til Oslo Markedshøyskole. Samtidig måtte hun rekruttere dyktige fagpersoner som kunne løfte stiftelsen til å bli en betydningsfull utdanningsinstitusjon.

Blant de første og strategiske ansettelsene Solfrid gjennomførte, var å tilsette Trond Blindheim i 2005. Han er utdannet sosiolog fra universitetet i Oslo, hadde bakgrunn fra både akademia og reklamebransjen. Trond har tidligere arbeidet ved Norges Markedshøyskole og Handelshøyskolen BI, og i forskjellige reklame- og mediebyråer som tekstforfatter, kreativ leder og direktør.

Trond Blindheim fikk en betydningsfull og viktig rolle i å bygge om høyskolene OMH og NRH til dagens Markedshøyskole. Etter to år som dosent og prorektor ble han rektor for Oslo Markedshøyskole i april 2006. Høyskolen byttet navn til Markedshøyskolen i 2008, og den ble akkreditert i 2009.

Akkrediteringsarbeidet bidro til at Markedshøyskolen måtte ha et tydelig fokus på faglig nivå og kvalitetsutvikling, noe som også økte høyskolens omdømme. Studentene strømmet til, og fagstaben ble utvidet med flere toneangivende forskere som hadde en sterk stemme i offentligheten. I 2009 arrangerte høyskolen en internasjonal forskerkonferanse i Oslo, med Markedshøyskolen som vertskap, «The World Marketing Congress (WMC)».

NYTT NAVN PÅ STIFTELSEN OG FLYTTING

Alle skolene hadde fortsatt betydelige utfordringer, både markedsmessig og økonomisk. Oppgaven var utfordrende, og det var viktig å prioritere. Det ble bestemt at NKS Høyskolen, med de to merkenavnene Oslo Markedshøyskole (OMH) og Norsk Reiselivshøyskole NRH, hadde høyest prioritet. Styret støttet denne prioriteringen og var klar til å gjøre de nødvendige investeringer i stiftelsens høyskole.

Samlenavnet «NKS-Gruppen» hadde fungert dårlig som felles identitetsskaper for de tre skolene på 90-tallet, og NKS-navnet hadde ikke lenger samme tyngde i samfunnet som i storhetstiden til NKS. Med ny ledelse var tiden moden for å gjenoppta arbeidet med å finne synergier og skape en felles positiv bedriftskultur. Det var behov for å øke skolenes og medarbeidernes opplevelse av å



Åpning av nytt bygg i Kirkegata 24, september 2005. Fra venstre: Næringsminister Børge Brende, ordfører Per Ditlev Simonsen, administrerende direktør Solfrid Lind, gårdeier Olav Thon og styreleder i Campus Kristiania, Håvard Grjotheim.

tilhøre samme «familie». Beslutningen om å flytte fra «høyskolesenteret» på Bislett til spennende, ærverdige lokaler midt i Oslo sentrum og bli en «city-school» ble tatt i april 2004. Selve flyttingen skjedde sommeren 2005.

For stiftelsen var lokalisering noe mer enn antall kvadratmeter og husleie. Det var en markedsmessig beslutning. Stiftelsen ønsket å bruke fremtidig lokalisering som et markedsmessig fortrinn, og gjennom dette gjøre virksomheten mer unik i utdanningsmarkedet. I DnCs gamle bankbygg fra 1860 i Kirkegata 24 skapte stiftelsen et læringsmiljø som var unikt i Oslo sentrum. Undervisningslokalene er også i umiddelbar nærhet av det stedet hvor NKS opprinnelig etablerte seg, i Kongens gate 40. Bygget besto av fire historiske bygninger som omkranser et utendørs gårdsrom, utformet i florentinsk ungrenessanse.



Etter flyttingen til Kirkegata 24, midt i Oslo sentrum, fikk stiftelsen et nytt markedsnavn: Campus Kristiania. Det formelle navnet ble senere Campus Kristiania – Ernst G. Mortensens stiftelse.



For å skape en felles kultur startet man med en samling for alle stiftelsens medarbeidere. Seminaret fant sted på Losby Gods utenfor Oslo. Dette var første gangen alle medarbeidere var samlet med Solfrid Lind som leder av stiftelsen.

De historiske rammene skulle bidra med atmosfære og seriøsitet. Med moderne løsninger ønsket stiftelsen å skape et kreativt og inspirerende arbeids- og læringsmiljø for studenter og ansatte. Gjennom sin arkitektoniske utforming inviterer bygget til inspirerende undervisning og selvstudier, faglige og sosiale møtesteder og rekreasjon. I tråd med stiftelsens formålsparagraf og gründerens ideer valgte stiftelsen å legge vekt på kunst og design i utforming av bygget. Dette inspirerte til valg av navnet, Campus Kristiania, som ble stiftelsens nye markedsnavn. Stiftelsens juridiske navn ble endret til Campus Kristiania – Ernst G. Mortensens Stiftelse.

■ STRATEGIPROSESSEN I GRUPPEN

Etter at ny lokalisering var valgt, ble det satt i gang et arbeid for å utforme en ny strategi for gruppen. Arbeidet pågikk i styret og i konsernledelsen, og resulterte i et strategidokument. Dette ble senere vedtatt våren 2005. I denne prosessen ble det utformet en ny visjon og utdanningsidé, en felles verdi for gruppen, samt strategiske mål.

Endringen av stiftelsens visjon symboliserte at virksomheten gikk inn i en ny æra, hvor et utvidet samarbeid mellom skolene stod sentralt. Formålet med strategiendringen var å skape synergieffekter som kunne bringe hver enkelt skole fremover, og samtidig støtte opp om skolenes felles visjon: Vi skal styrke våre studenters muligheter gjennom utdanning.

Mens større utdanningsinstitusjoner ofte er lokalisert utenfor sentrumsområdene, ønsket Campus Kristiania å bryte dette mønsteret for å vise at skolene var annerledes, moderne og nytenkende. Denne utviklingen var i tråd med skolenes felles verdi – MOT. Denne bestod i:

Vi skal tørre å være annerledes. Vi skal vise raushet og toleranse, og stimulere til nysgjerrighet og ydmykhet.

ORGANISASJON

Utarbeidelsen av ny strategi fant sted i styret og konsernledelsen, og stiftelsen hadde siden høsten 2005 jobbet med implementering av denne i organisasjonen. For å skape en felles kultur i tråd med skolens visjon startet man med en felles-samling for alle medarbeiderne på Losby Gods i Lørenskog, utenfor Oslo. Dette var første gangen alle medarbeiderne var samlet. I ett utdannings-



Fra venstre: Inge Bente Pedersen, Jonny Thomassen, Rigmor Riise og Bård Tronvold.



Fra Santa Lucia feiringen i 2004, fra venstre: Ingolv Hageberg, Pål Johan Nakken, Solfrid Lind og Dagny Blom.

hus var det nødvendig at alle medarbeiderne hadde felles verdigrunnlag. Dette skulle bygge opp en felles bedriftskultur og være en rettesnor i alle beslutninger.

Målsetningen med fellessamlingen på Losby var å bygge kultur og samarbeid på tvers i hele virksomheten. Vi skulle finne ut hva som gjorde oss modige – overfor hverandre, studenter og arbeidslivet. I forkant av samlingen arrangerte stiftelsen en workshop for alle enhetene i Campus Kristiania. Workshopen fokuserte på hver enkelt enhet, mens fellesseminaret fokuserte på Campus Kristiania som helhet. Workshopen bidro til å skape debatt og dialog om hvilken atferd organisasjonen ønsket, og om det var forskjeller mellom ønsket situasjon og hva som faktisk skjedde. På bakgrunn av dette kom hele virksomheten frem til prioriterte forbedringsområder. Metoden man brukte, var et verdispill, et spill som var dialogskapende, samtidig som det i kraft av sin pedagogikk var med på å gi nye opplevelser og selvinnsikt.

På samlingen gjorde man «ufarlige ting» sammen, og brukte dagene på å bli kjent med hverandre på ny og på tvers av avdelinger og virksomheter. Alle sammen løste praktiske oppgaver og meislet ut Campus Kristiania-sangen, laget malerier som demonstrerte stiftelsens nye visjon og viste MOT som organisasjons samlede verdi.

Samlingen var svært vellykket. I etterkant av samlingen fikk alle en CD som inneholdt en oppsummering fra administrerende direktør, bilder fra de ulike aktivitetene, og en film fra samlingen.

Det ble også jobbet med hva slags organisasjon man ønsket å være i fremtiden gjennom en kulturkabal. Alle var enige om å etablere en større ledergruppe enn den tidligere konsernledelsen. Den nye ledergruppen skulle få hovedansvaret for å implementere den nye strategien. Videre ble lederforumet etablert januar 2006. Det bestod av ledergruppene fra hver av virksomhetene, samt lederne i fellesavdelingen. Totalt var det hele 25 personer.

Sammen med Promentor hadde man utviklet en strategiimplementeringsprosess som gjennom et involverende arbeid sørget for et styrket eierskap. Lederforumet fikk et felles ansvar for å velge ut strategiske fokusområder, mål og tiltak. Denne prosessen ble også brukt som en del av lederutviklingsarbeidet i stiftelsen.

STORYTELLING

Gjennom hele prosessen var det viktig å bygge stolthet til at man var et konsern med ulike typer skoler. Skolen henvendte seg til mennesker med ulike ferdigheter, ambisjoner og evner. Dette var helt i tråd med gründerens utdanningsidé, da Ernst G. Mortensen etablerte NKS i 1914.

Mens mange bedrifter måtte kreere en fiktiv historie i kampen om kunder og medarbeidere, hadde stiftelsen sin egen historie. En historie som fascinererte, som inspirerte og som man var veldig stolt av. Ved å ta tak i organisasjonens egen historie og å gjøre den kjent for alle medarbeiderne og omverdenen brukte Solfrid Lind helt bevisst storytelling i etableringen av Campus Kristiania. Hun brukte historien for å bygge en felles plattform, noe man skulle være stolt av og som skulle forløse all den positive energien som var til stede i organisasjonen. Det var viktig å sette historien fra stiftelsen inn i tidens kontekst og knytte den til reelle utfordringer, og ikke bli hengende igjen i nostalgiske betraktninger om det som en gang tilhørte stiftelsens historie. De brukte historien til å lære og for å bli inspirert til å ta nye veivalg og nye beslutninger.

Samtidig var det en klar strategi at skolene skulle fortsette å ha sine egne merkenavn og utvikle egne posisjoner i markedet. Det var nødvendig etter som skolene henvendte seg til ulike grupper av utdanningssøkende, både i alder og nivå. Fellesnavnet Campus Kristiania skulle bygges opp til å gi merverdi, både til virksomhetene og til gruppen som helhet, med en felles visjon om Campus Kristiania som en betydelig utdanningsinstitusjon og samfunnsaktør.



Våren 2009 kunne NKS tilby gratis videreutdanning for helsearbeidere.



I løpet av 2004 kunne MI tilby seks toårige kreative utdanninger.



Nettstudier ga muligheter. Viktoria Hvidsten var den første studenten i landet som fullførte en hel, norsk bachelorgrad på nett.

■ SKOLENES STATUS I 2005

NKS HØYSKOLEN

NKS Høyskolen bestod av de to høyskolene NRH og OMH, med statsstøtte og fra henholdsvis 2002 og 2003. Skolene hadde fire godkjente bachelorløp og opplevde vekst fra 2002. Men høyskolen var liten og fortsatt ulønnsom etter mange år med manglende investeringer. Det ble satset på rekruttering av anerkjente fagpersoner, og alle eksisterende bachelorstudier ble revidert. I tillegg ble det utviklet to nye bachelorstudier. Dermed presenterte høyskolen en ny studiemodell i 2005 med seks NOKUT-godkjente bachelorstudier. Dette førte til økte søker- og studenttall.

NKS FJERNUNDERVISNING

I NKS Fjernundervisnings studiekatalog fra 2004–2005 ble det lagt vekt på at skolen kunne tilby studier både på nett og per brev. Skolen hadde et klart mål om full overgang til nettstudier, men markedet var fortsatt ikke modent for nettbasert undervisning.

NKS hadde hatt stor nedgang i antall studenter og i omsetning fra midten av 1990-tallet. Dessuten var statsstøtten sterkt redusert, med et ekstra stort kutt i 2003. Likevel var NKS fortsatt en av landets største fjernundervisningsinstitusjoner og en viktig aktør på feltet. Etter- og videreutdanning av voksne – i fleksible former – hadde alltid vært, og

skulle fortsatt være, skolens misjon. Helt fra 1998 hadde NKS hatt et klart mål om å bli en fullt ut nettbasert skole, og virksomheten skulle gradvis legges om fra å være papirbasert til hovedsakelig nettbasert, i alle ledd. Det skulle gå nesten ti år før alle skolens målgrupper var klare for studier på nett.

Men skolen var trygg på at det ville utvikles et marked for nettstudier. Man trosset interne krefters motstand, og beviste etter hvert eksistensberettigelsen som en selvstendig skole i stiftelsen. I 2004 viste styret NKS fornyet tillit etter fortsatt nedgang i omsetning og statsstøtte, men det krevde til gjengjeld umiddelbare kostnadsreduksjoner. Med redusert bemanning og streng kostnadsstyring, innovativ markedsføring og fokusert produktutvikling ble den negative trenden stanset allerede fra 2004/2005.

MI DELES I TO: NORGES KREATIVE FAGSKOLE OG NORGES MERKANTILE FAGSKOLE

MI hadde også et svært dårlig år på begynnelsen av 2000-tallet, etter kontinuerlig vekst gjennom 1990-tallet. Det ga støtet til en organisasjonsprosess som styrket både faglige og administrative prosesser, og la grunnlag for omdanningen til en anerkjent fagskole. Lov om fagskoler kom i 2003. MI gjennomgikk en omfattende strategiprosess og planla hvordan de skulle gjennomføre kravene

i den nye fagskoleloven slik at alle studiene kunne bli NOKUT-godkjente fagskoleutdanninger.

2004 var et viktig strategisk år. Da bestemte skolen at den skulle dele seg i to, med full tyngde på henholdsvis kreative og merkantile studier. I desember 2005 ga styret sin tilslutning til oppdelingen av MI, med to nye navn: Norges Kreative Fagskole (NKF) og Norges Merkantile Fagskole (NMF). Rent økonomisk var det en stor belastning å skifte navn, men nytt navn og faglig fokusering ga skolen relativt raskt et betydelig forbedret omdømme og ny vekst. I 2006 og 2007 var det krevende år for Norges Kreative Fagskole og Markedshøyskolen med markedssvikt. Dette resulterte i nedbemanning og tøff økonomistyring, men fra 2008 fikk stiftelsen gode økonomiske resultater.

■ SKOLENES STATUS I 2009 – EN STERKERE MARKEDSPOSISJON

Det ble lagt en ny overordnet strategi for perioden 2005–2009. Både skolene og fellesavdelingene fulgte opp med egne strategier, handlingsplaner og strategier implementering. Allerede tre år etter, i september 2008, var ambisjonene i strategiplanene fra 2005 langt på vei innfridd. Alle tre skolene hadde styrket sine markedsposisjoner og opplevd god vekst. Stiftelsen som helhet var styrket, både driftsmessig og økonomisk.



Øverst til høyre: fra 2007 til 2009 ble «Kreativitet kan læres» benyttet som skolens «pay off» med god respons. Ved utløpet av 2009 kunne skolen tilby hele 10 to-årige utdanninger, og var landets største private fagskole.

I 2009 ble Markedshøyskolen NOKUT-akkreditert, dette ga nye muligheter for oppstart av nye bachelorstudier. (Faksimile.)



Den siste papirkatalogen fra NKS kom i 2007.

NKS NETTSTUDIER

NKS hadde skiftet til «NKS Nettstudier» i 2007. Det markerte med tydelighet at Internett hadde blitt en naturlig arena for etter- og videreutdanning for skolens målgrupper, og at NKS hadde blitt en fullt utviklet nettskole etter ti års målrettet arbeid. Skolen var i klar vekst fra 2007, og hadde styrket sin posisjon som tilbyder av nettstudier på høyere nivå, i samarbeid med mange av landets høyskoler.

En viktig milepæl var NOKUT-godkjenning av en nettbasert treårig bachelor i administrasjon og ledelse i samarbeid med stiftelsens egen høyskole, Markedshøyskolen. Det skjedde i 2008, og var en naturlig fortsettelse etter nærmere tjue års samarbeid om det toårige høgskolekandidatstudiet og andre kortere utdanninger. NKS kunne også tilby flere bachelormuligheter i samarbeid med blant andre Høgskolen

i Oslo. Sommeren 2009 fikk NKS også godkjenning som fagskole med tre nettbaserte fagskoleutdanninger i helsefag, godkjent av NOKUT i 2006.

Disse utdanningene fikk statlig finansiering fra 2009, og det ga mulighet for mange av landets kommuner og fylker til å samarbeide med NKS om kompetanseheving av medarbeidere på sine sykehjem og andre helseinstitusjoner.

Gjennom innovativ satsning på markedsføring via Internett kunne skolen markedsføre alle sine studietilbud og være synlig for utdanningssøkende gjennom hele året. Det var viktig for en skole som er i stand til å tilby studiestart hver dag, hele året. Den gamle papirbaserte NKS-katalogen var borte. Skolens aller siste papirkatalog ble produsert for skoleåret 2007/08. I 2008 vedtok skolen å gjen-

oppta en aktiv satsing på bedriftsmarkedet, men reverserte denne satsingen i 2009.

NORGES KREATIVE FAGSKOLE

I 2009 hadde Norges Kreative Fagskole tatt en ledende posisjon i markedet for kreative studier, og var landets største private fagskole. Alle studiene var NOKUT-godkjente, mange nye studier var lansert, og det hadde vært satset på faglige tilsetninger og pedagogisk utvikling. Den faglige ledelsen av skolen hadde blitt betydelig styrket gjennom å etablere et studieleternivå, og skolen la vekt på å beholde sin praktiske, virksomhetsnære tilknytning til fagområdene.

Det var stor aktivitet på avdelingene i Trondheim, Bergen og Stavanger, mens avdelingen i Kristiansand slet med å få nok studenter. Fagskoleloven hadde utvilsomt vært positiv for skolen og bidratt til å løfte



Direktør Ulrika Herlofsen og rektor Jon-Arild Johannessen ved Høyskolen



Fra v.: Styremedlem og professor Bjørn Olsen, styremedlem og gründer Kristian Adolfsen, Bibbi von Kortvelyessi, Britt Ismar og Laila Olsen.

skolen til anerkjennelse og aksept som en seriøs privat skole. De fleste private fagskolene var samlet i *Forum for fagskoler*, som drives i regi av Abelia. Norges Merkantile Fagskole ble nedlagt i 2008 etter at markedet for slike studier falt sammen.

MARKEDSHØYSKOLEN

Markedshøyskolen var det nye navnet på stiftelsens høyskole fra 2008. Skolen hadde satset på faglige tilsetninger, nye bachelorutdanninger og en betydelig økning av forskningsinnsatsen. Det hadde gitt en langt tydeligere posisjon som en nisjehøyskole innen markedsføring, reiseliv og innovasjon. Lista var blitt lagt høyt for rekruttering av de beste fagfolkene på feltet. Mange av skolens forelesere og forskere hadde bidratt til anerkjent forskning og økt renommé innen høyskolesystemet.

Innføringen av kvalitetsreformen fra 2003 og ny høyskolelov i april 2005 gjorde akkreditering av høyskolen til det viktigste målet for høyskolen. Administrasjonen ble styrket for å ta fatt på det store arbeidet med akkreditering. Kollegiet ble skolens øverste faglige organ, noe som også styrket skolens renommé innen høyskolesystemet. Skolens kvalitetssystem ble godkjent av NOKUT i 2007, og NOKUT-akkreditering som høyskole kom i 2009.

Samme år ble høyskolen medlem av Universitets- og høyskolerådet (UHR) og var vertskap for en internasjonal forskerkonferanse, The World Marketing Congress. Målet om akkreditering var nådd, og et omfattende og intenst arbeid blant både administrativ og faglig stab hadde gitt skolen den nødvendige godkjenningen til å utvikle nye bachelorløp og starte arbeidet med å etablere mastergrader.

Forskningen tok seg kraftig opp i fagstaben etter hvert som man rekrutterte flere faglige med forskerkompetanse. Utgangspunktet var så å si null til å bli de mest produktive forskerne i Norge. I 2010 var Markedshøyskolen på en andreplass i en nasjonal rangering over vitenskapelige publiseringer.

■ MOT NYE MÅL 2010–2014

Høsten 2008 startet Campus Kristiania utviklingen av en ny strategi for perioden 2010–2014. Det ble gjennomført et betydelig analysearbeid for å forstå markedet og mulighetene, samt evaluere de eksisterende strategiene, både for Campus Kristiania og de ulike skolene. Første halvdel av 2009 ble visjon, mål og verdier utarbeidet og forankret for stiftelsen og de ulike skolene.

Ny strategi var klar fra januar 2010, og den tok utgangspunkt i hvilken situasjon stiftelsen var i per 2009:

- Stiftelsen hadde en sunn økonomi, og alle skolene hadde lønnsom drift.
- Sentrale rapporterings- og styringssystemer var lagt om og kraftig modernisert.
- Kritiske akkrediteringer og faglige godkjenninger var sikret.
- Tydelige merkenavn var etablert, og alle skolene hadde økt sine markedsandeler.
- Skolene hadde styrket sin markedsposisjon og forbedret sitt omdømme.

Den nye strategiplanen for 2010–2014 pekte fremover mot et ytterligere styrket Campus Kristiania. Hver av skolene definerte klare mål for ledende posisjoner i hvert sitt marked. Stiftelsen, med navnet Campus Kristiania – Ernst G. Mortensens Stiftelse, definerte sin rolle som aktiv forretningsutvikler, både i forhold til eksisterende og ny virksomhet.

Allerede i 2009 ble stiftelsen utvidet med ny virksomhet. Det lille selskapet Aktiv Læring ble kjøpt i begynnelsen av 2009. Aktiv Læring tilbyr kurs innen arbeidsmarkedsopplæring til arbeidsøkende tilknyttet NAV. Målsetningen er å hjelpe kursdeltakere ut i arbeid gjennom ulike fagkurs,



Til venstre: Styreleder ved Norges Helsehøyskole Odd Rustad Nilsen, direktør Hilde Skjerve og dekan Ole Petter Hjellev.



Dekan Ole Petter Hjellev og direktør Hilde Skjerve på åpningen av nye lokaler til Norges Helsehøyskole på Ullevål i 2011.

som også vektlegger opplæring i jobbsøking, intervju trening, praksisplasser i ulike bedrifter og tett oppfølging av den enkelte deltaker. Selskapet fant raskt sin plass i Campus Kristiania.

Våren 2011 kjøpte Campus Kristiania Akupunkturhøyskolen (AKHS), og innlemmet Nordisk Akademi for Osteopati (NAO) som en del av den nye helsesatsingen. Denne virksomheten fikk navnet Norges Helsehøyskole Campus Kristiania. Begge disse nysatsninger ble organisert som aksjeselskaper og fikk sitt studiested på Ullevål Stadion.

Campus Kristiania var et «utdanningshus» som bestod av selvstendige enheter:

- Markedshøyskolen
- NKS Nettstudier
- Norges Kreative Fagskole

- Norges Helsehøyskole (som eget AS)
- Aktiv Læring (som eget AS)

Campus Kristiania hadde som visjon å utvikle og tilby morgendagens studier. Det målet skulle CK strekke seg etter ved å være faglig dyktige, kreative og nysgjerrige, og ikke minst – en utfordrende og annerledes høyskole. Høyskolens visjon ble reformulert: *«Med kreativitet og faglig tyngde skal Høyskolen Campus Kristiania tilby morgendagens studier – i dag.»*

FRA UTDANNINGSHUS TIL ÉN HØYSKOLE

Januar 2010 vedtok Campus Kristiania en vekststrategi som innebar både organisk vekst og oppkjøp. Markedshøyskolen, NKS Nettstudier og Norges Kreative Fagskole jobbet flittig med sine virksomhetsstrategier, og lyktes med fremgang og positiv utvikling.

I februar 2012 gjennomførte ledelsen ved Campus Kristiania en evaluering av strategiperioden. Campus Kristianas vekststrategi var en suksess. Skolene hadde vokst i antall utdanninger, studenter, faglig ansatte samt at flere skoler var kommet til. Ledelsen ønsket derfor å sørge for at alle skolene hadde best mulige rammevilkår og forutsetninger for å drive fagutvikling og nyskapning, til beste for fagmiljøet og studentene. Den lå i institusjonsakkrediteringen som Markedshøyskolen hadde. I dialog med Kunnskapsdepartementet kom det frem at institusjonsakkrediteringen kun kunne tilhøre én juridisk enhet og ikke enkeltvirksomheter. Siden Campus Kristiania var den eneste juridiske enheten, var stiftelsen den rettmessige innehaveren av institusjonsakkrediteringen.

I et brev fra Kunnskapsdepartementet mai 2012 ble dette bekreftet, og institusjonsakkrediteringen



Administrerende direktør Solfrid Lind gjennomfører allmøte for alle ansatte på CK. Møtet streames til de forskjellige regionale studiestedene.

ble flyttet fra Markedshøyskolen til stiftelsen. For å tydeliggjøre dette byttet Stiftelsen navn til Høyskolen Campus Kristiania – Ernst G. Mortensens Stiftelse. Denne endringen førte til at ledelsen også innlemmet Norges Helsehøyskole i stiftelsen. Høyskolen Campus Kristiania ble en større og mer robust institusjon, og den ville stå sterkere regionalt og nasjonalt, både med hensyn til rekruttering av medarbeidere og studenter, samt i konkurransen om de beste fagressursene. Høyskolen kunne også i større grad opprettholde faglig bredde samtidig som studieprogrammene og forskningsvirksomheten kunne spisses og styrkes.

Endringen forvaltet stiftelsens formål, nemlig å gi flest mulig i Norges land mulighet til utdanning og utvikling, da man utvidet handlingsrommet til høyskolen. Høyskolen Campus Kristiania ble en

akademisk fundamentert og praksisrettet høyskole med utdanning innenfor markedsfag, forebyggende helsefag og praktiske, kreative kommunikasjonsfag.

Styret gav videre ledelsen fullmakt til å gjennomføre organisatoriske endringer for at høyskolen skulle oppfylle alle krav i universitets- og høyskoleloven innen studiestart 2012. Etter denne datoen begynte ledelsen arbeidet med å få en sterkere organisatorisk integrering av høyskolen, og det betydde omorganisering.

ORGANISERING AV HØYSKOLEN CAMPUS KRISTIANIA

Første fase av institusjonsakkrediteringen ble ferdigstilt 31. august 2012 – med juridiske, økonomiske, kvalitetsmessige og administrative ele-

mentene på plass. Styret ba ledelsen videre om å utrede en ny faglig styringsstruktur for Høyskolen Campus Kristiania. I oktober 2012 innstilte derfor ledelsen på en ny organisering som sikret en faglig og administrativ styringsstruktur; fra øverste nivå og på tvers av skolene, som ga rom for videre fokus på både høyskole- og fagskole. Høyskolen Campus Kristiania skulle være én høyskole med tre fakulteter og én virksomhet:

- Fakultet Markedshøyskolen, med høyskolestudier
- Fakultet Norges Helsehøyskole, med høyskolestudier
- Fakultet Norges Kreative Fagskole, med høyskole- og fagskolestudier
- Etter- og videreutdanningsenheten NKS Nettstudier



Ledelsen ved CK var blant annet samlet på Lysebu for å sette igang arbeidet mot en sterkere organisatorisk integrering av høyskolen.

Med denne endringen ble Høyskolen Campus Kristiania ledet av administrerende direktør, Solfrid Lind. Hun hadde det overordnede ansvaret for hele høyskolen, med oppfølging av det forretningsmessige, administrative og økonomiske ansvaret. Samtidig ble den faglige styringsstrukturen løftet opp, høyskolen ansatte en rektor og tilsatte medlemmer til høyskolens kollegium. Trond Blindheim ble stiftelsens første rektor høsten 2012.

Alle fakultetene ble ledet av en dekan som var fakultets øverste leder, og som hadde ansvaret for undervisningen, forskningen og formidlingen. NKS Nettstudier fortsatte som en virksomhet hvor kjernekompetansen var nettpedagogikk. Den nye faglige organiseringen av Høyskolen Campus Kristian trådte i kraft 1. november 2012.

På bakgrunn av de store endringene i 2012 besluttet ledelsen i januar 2013 å utvikle en ny strategi for perioden 2014–2018. I dette arbeidet ble det klart at det var et større behov for ytterligere integrering av alle funksjonene ved høyskolen, nettopp for å nå ambisjonen om å bli én høyskole, ikke bare «i navnet, men også i gavnet».

I mars 2013 ble det derfor startet en prosess med organisasjonsutvikling som ble ferdigstilt 1. oktober samme år. Målsetningen med omorganiseringen var å tilpasse seg en organisasjonsstruktur som gjenspeilte at Høyskolen Campus Kristiania nå var én høyskole. Samtidig skulle organiseringen sørge for at høyskolen fikk større stordriftsfordeler ved å slå sammen flere enheter, samt at høyskolen fikk implementert et felles kvalitetssikringsverktøy for å sikre en best mulig og lik studiekvalitet.

Hele organisasjonen deltok i denne prosessen, og det var bred innovering som resulterte i dagens organisering av Høyskolen Campus Kristiania. Man opprettet en felles avdeling for studiekvalitet, felles salgs- og markedsavdeling. IT-avdelingen ble utvidet ved å hente inn medarbeidere med høy kompetanse innen nettpedagogikk og læringsteknologi, og NKS ble definert som etter- og videreutdanningsenheten til høyskolen. Fakultetene hadde hver sin studieadministrasjon, som var studentenes kontaktpunkt.

KJØPER BYGG I OSLO SENTRUM

I 2012 nådde høyskolen en ny milepæl ved at den kjøpte bygget CK leide i Kirkegata 24–26. Bygget ligger godt plassert i et sentrumsnært område i en rivende utvikling, i aksen mellom Bjørvika og Tjuvholmen. Ledelsen mente dette var en god



Høyskolen hadde lenge ønsket å overta eiendommen i Kirkegata. Da denne muligheten åpnet seg, var det riktig å gripe den. Fra venstre: Morten Roland (DNB), Andreas Rørvik (selgers jurist, Selmer), Jon Kenneth Porten (DNB, selger), Solfrid Lind (adm.dir. i CK), Pål Nakken (økonomi- og finansdirektør i CK), Thorvald Nyquist (CKs jurist, Deloitte).

og riktig investering for fremtidig utvikling. Det at CK eier og forvalter sitt eget bygg, skulle sikre sentral plassering av høyskolen i mange år fremover. Eiendomshandelen ble styrebehandlet 16. mai, og styret vedtok sluttforhandling om kjøp av bygget. 20. juni ble kjøpsdokumentene signert, og CK overtok formelt eiendommen.

Ett år senere utvidet Høyskolen Campus Kristiania med ni tusen kvadratmeter i Prinsens gate, som er bygningen ved siden av eksisterende bygg. 1. juli 2013 tok høyskolen over bygget. Målet var at ansatte skulle komme «over» i det nye bygget allerede fra 1. oktober 2013, da den nye organiseringen av høyskolen skulle tre i kraft. Etter dette skulle ombyggingen også starte i Kirkegata 24–26, der de tidligere arealene til de ansatte skulle bygges om til undervisnings- og læringslokaler.

Norges Helsehøyskole hadde sitt studiested på Ullevål stadion. Denne skolen fikk alvorlige driftsproblemer da Ullevål Stadion ble bygd om. Vannlekkasjer, ventilasjonsproblemer og temperaturstigninger gikk utover studiekvaliteten. Klasserom og kontorer ble vannskadet og utstyr ødelagt. Det måtte et omfattende arbeid til for å tørke ut vannet og sikre et godt inn klima. Driften ble etter hvert altfor uforutsigbar for fakultetet og høyskolen.

Ledelsen besluttet derfor å flytte fakultetet ned til Prinsens gate 7–9 i Oslo sentrum, og gjorde de bygningsmessige tilpasningene som var nødvendige. Det førte til relativt store endringer i byggeplanene for å gi studentene ved Norges Helsehøyskole et tilfredsstillende læringsmiljø (studentklinikk, anatomisk, fysiologisk laboratorium og undervisningsrom tilpasset klinisk under-

visning). 20. november informerte ledelsen om at fakultetet flytter, og innen julen 2013 var alle ansatte på plass.

FAGSKOLEN I ENDRING

Norges Kreative Fagskole hadde gjennom lang tid vært en stor suksess for CK. Skolen hadde kommet opp med et stadig voksende tilbud tilpasset markedets behov, og studentene strømmet til. Norges Kreative Fagskole var Norges største fagskole, og hadde nesten halvparten av de private fagskolestudentene i landet. I 2012 og 2013 ble det registrert en stagnasjon og tilbakegang av studenttilstrømningen til fagskolestudiene. Det var flere årsaker til dette, men en sterk hendelse som satte store begrensninger, og som CK brukte store ressurser på å få endret, var forskriftsendringer om opptak til fagskoleutdanning.



I 2009 var NKF rangert som Norges største private fagskole, og en ledende fagskole innen kreative fag. I 2013 møtte direktør Erik Brandt og dekan Tine Widerøe uavklarte rammer fra myndighetene. Dermed måtte det tas nye, store beslutninger.

I 2010 kom nye forskrifter til fagskoleloven (*FOR-2010-02-01 nr. 96*). En rekke fagskoler fikk avslag på søknadene sine om nye utdanningstilbud, og nyutvikling av studier stoppet fullstendig opp. Årsaken til avslagene var underkjenning av opptaksreglementene, det var oppstått et sprik mellom tidligere godkjente opptaksreglement og de nye retningslinjene. For en lang rekke fagskoletilbud, som tidligere har hatt fullført videregående skole som opptakskrav, kom det nå et krav om at elever måtte ha «spesielle utdanningsprogram» fra videregående skole for å kunne begynne på en fagskole. Fagskoletilbudet ble med andre ord betydelig svekket, i stedet for styrket, som var den uttalte politiske målsetningen.

CK advarte Kunnskapsdepartementet om at dersom forskriftsendringen skulle bli stående, måtte mange

fagskoletilbud legges ned som følge av manglende studentgrunnlag, og at fagskoler nå måtte søke om høyskolestatus for å sikre videre eksistens. De private fagskoleutdanningene hadde aldri bygget på fag-/svennebrev eller yrkeskompetanse, slik de tekniske fagskolene hadde. Praxis var at fagskoleutdanningen var åpen for alle studenter med ulik bakgrunn fra videregående opplæring, eller at søkerne fikk opptak etter en realkompetansevurdering (jfr. Lov 2003-06-20 nr. 56). Utdanningene hadde med andre ord bygget på den generelle kompetanse og studentenes modenhet. Dette var den samme praksis som gjaldt for høyskoler og universiteter, noe som var et premiss for at fagskoletilbudene var et reelt alternativ til annen høyere utdanning.

Til tross for dette fikk CK og denne skolesektoren en liten seier, men effekten ble ikke slik CK hadde

ønsket. Myndighetene innførte en «prøveordning» hvor formålet med ordningen var å sammenligne opptakskompetansen med sluttkompetansen. Hensikten var finne ut om det er forskjeller i sluttkompetansen ut fra om studentene var tatt opp på grunnlag av en spesifisert yrkeskompetanse, generell studiekompetanse eller realkompetanse. Man kan kanskje hevde at ordningen reddet et omstridt politisk og utilsiktet vedtak, med det reddet dessverre ikke fagskolens betydning. Status var fortsatt «uavklart», og regjeringen besluttet i høsten 2013 å sette ned et NOU-utvalg for å gjennomgå fagskolesektoren.

Myndighetene ønsket blant annet å se på hvordan man kan legge til rette for at studenter på en hensiktsmessig måte kan bevege seg mellom fagskoler, høyskoler og universiteter, vurdere hva det betyr at



Styret i Høyskolen Campus Kristiania har besluttet at Norges Kreative Fagskole i 2013 bytter navn til Norges Kreative Høyskole.

fagskoleutdanningen skal være yrkesrettet, vurdere læringsutbytte, og se på opptaksgrunnlag, blant annet fagbrev og generell studiekompetanse og. I utvalget ble også CK oppnevnt som medlem gjennom administrerende direktør Solfrid Lind.

FAGSKOLEN BYTTER NAVN

På bakgrunn av det som er omtalt over, begynte også søkertallene til Norges Kreative Fagskole å dale. Det rådet stor usikkerhet om hva som kvalifiserte til opptak for fagskoleutdanning og myndighetenes håndtering av fagskoleutdanningen.

Ledelsen i CK tok en viktig beslutning om veien videre med sin fagskolesatsning. Høsten 2011 besluttet ledelsen å søke om høyskolestudier for Norges Kreative Fagskole og i 2012 om et nytt høyskolestudium gjennom NOKUT. Videre var ledel-

sen fast bestemt på å holde på fagskolestudiene, og tilby utdanningene bredt gjennom studiestedene i Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger.

Ved studiestart 2013 hadde Norges Kreative Fagskole to NOKUT-godkjente høyskolestudier, men søkertallene nådde nå et dramatisk bunnivå. Det var fagskolestudiene som sviktet, mens de nye høyskolestudiene fikk god respons. Som en konsekvens av sviktende studentgrunnlag besluttet ledelsen å legge ned studiestedet i Stavanger fra mars 2013.

Nedleggelsen av fagskoletilbudet i oljebyen Stavanger gikk ikke upåaktet hen. Mediene kastet seg over saken. Vinklingen var at byen hadde mistet en av de få utdanningsinstitusjonene som utdannet kreative håndverkere, som kapitaliserte kloke hender og nye ideer. Byen trengte «en kre-

ativ møteplass, men når NKF forsvinner, hva nå Stavanger?»

Høyskolen sto nå ved et nytt veiskille i sin historie. Den 25. oktober 2013 besluttet ledelsen å endre navn, fra Norges Kreative Fagskole til Norges Kreative Høyskole. Navnebyttet kom som en konsekvens av høyere ambisjoner for fakultetet, og allerede fra høsten 2014 kan Norges Kreative Høyskole tilby fem høyskolestudier.

Tretten av fakultets faglige stab ble kommisjonsvurdert, fra professor, førsteamanuensis, førstelektor til høyskolelektor. Dette var et tydelig tegn på fakultetets fagpedagogiske ambisjoner, og det var et viktig skritt fremover. Dette var en styrket satsning innen de praktiske og håndverksmessige fagene, og som Norges Kreative Høyskole var kjent for.



Administrerende direktør Solfrid Lind gratulerer avdelingsdirektør Axel Eikner med nytt skolebygg og overrekker fire bilder av Magne Furuholmen.

EVALUERING AV KVALITETSSIKRINGSSYSTEMET

Mars 2013 fikk Høyskolen Campus Kristiania melding om at kvalitetssikringssystemet skulle reakkrediteres. Det var seks år siden sist. Siden akkrediteringen var løftet opp, skulle NOKUT (Nasjonalt organ for kvalitet i utdanningen) evaluere kvalitetssikringssystemet for hele den nye Høyskolen.

Etter at høyskolen løftet akkrediteringen fra Markedshøyskolen i 2012, har hele virksomheten arbeidet med å implementere et felles kvalitetssikringssystem. Med forskjellige ståsteder og kulturer var dette en lang prosess, og det krevde samhandling fra hele organisasjonen. Det var en viss nervøsitet i ledelsen om systemet var godt nok implementert, dermed fikk studiekvalitet og kvalitetssikring en mer sentral plass på ledelsens møter.

20. og 21. mars 2014 var besøket fra NOKUT en realitet. Komiteen ønsket å fokusere på bachelorstudiet i HR og personalledelse ved Markedshøyskolen og NKS Nettstudier samt bachelorstudiet i Akupunktur ved Norges Helsehøyskole. Relevant dokumentasjon var sendt inn på forhånd. Deretter ble høyskolens ansatte og studenter gjennom to dager intervjuet og eksaminert om prosessene rundt studiene.

Rett før sommeren 2014 mottok høyskolen komiteens foreløpige rapport, uten konklusjoner. Komiteen bemerket at Høyskolen hadde en god kvalitetskultur, men den mente at Høyskolen ikke i tilstrekkelig grad hadde rukket å implementere det nye, felles kvalitetssystemet. Ledelsen tok disse signalene på alvor og utarbeidet en handlingsplan med nødvendige tiltak for å få et velfungerende kvalitetssystem som tilfredsstiller Høyskolens og NOKUTs krav.



I to dager vurderte Nasjonalt organ for kvalitet i utdanningen (NOKUT) CKs kvalitetssikringssystem for utdanning. I komiteen satt leder og studiedirektør Bjørn Jan Monstad, Universitetet i Agder, assisterende rektor Nina Skarpenes, Politihøgskolen, professor Maria Knutson Wedel, Chalmers Tekniska Högskola i Göteborg og student Ingeborg Anna.



Fra venstre: Dekan MH Erling Dokk Holm, kommunikasjonssjef Stein-Oddvar Evensen, dekan NKH Tine Widerøe, prosjekt- og strategidirektør Marit Aamold, direktør økonomi/finans Pål Nakken, studiedirektør Aleksander Nikolic, administrerende direktør Solfrid Lind, rektor Trond Blindheim, direktør NKS/salg- og marked Erik Brandt og dekan Hege Ulveland.

■ NY STRATEGI FRA 2014

I februar 2014 vedtok Høyskolen Campus Kristiania ny strategi og retning. Med bakgrunn i omorganiseringen er høyskolens mål å konsolidere seg som en felles høyskole, nettopp for å bli mer slagkraftig og robust. Fakultetene er høyskolens merkenavn utad. Internt skal høyskolen samles om en felles strategisk målsetning: Den nye strategien frem mot 2018 skal fokusere på kvalitet, lønnsom vekst og mangfold med følgende målsetninger:

Høyskolen Campus Kristiania skal utdanne studentene til livet etter eksamen. Høyskolen skal ha praksisnær og forskningsbasert undervisning, den skal være kjent for *høy faglig og pedagogisk kvalitet* og være ledende innen *høyskolens fagområder*.



Vaktmester Otto Jegstad har vært ansatt i stiftelsen i 40 år. 16. mai fylte han 67 år og gikk av med pensjon. Dette ble markert med en avslutning hvor alle ansatte ble invitert.

LIVET ETTER EKSAMEN – LÆRINGSUTBYTTE

Høyskolen skal være verdiskapende og bidra til endringer og utvikling til det beste for mennesket, miljøet og samfunnet. Det skal være kort vei mellom læring og næring, og høyskolen skal utdanne kandidater som fungerer i bransjen/næringslivet.

PRAKSISNÆR OG FORSKNINGSBASERT

Høyskolen skal gjennom institusjonens studiemø-

deller, hvor utdanningen og næringslivkontakten henger sammen, bringe studentene i kontakt med praksisfeltet så tidlig som mulig i utdanningen, og dermed gjøre dem godt rustet til arbeidslivet.

Utdanningstilbudet skal være jobbrelevant, og det skal reflektere utviklingen i næringslivet. For høyskolen er det viktig å skaffe forskningsbasert kunnskap og kompetanse. Forskningen skal bidra

med ny kunnskap i undervisningen, som igjen kan danne grunnlag for innovasjon og verdiskapning.

KJENT FOR HØY FAGLIG OG PEDAGOGISK KVALITET (UNDERVISNINGSKVALITET)

I undervisningen skal det legges vekt på fleksible undervisnings- og vurderingsformer, og på å tilpasse pedagogikken best mulig for å nå læringsmålene. Undervisningen til høyskolen skal være



Fra venstre: Drifts- og personalsjef Rune Laberg, vaktmester Otto Jegstad, administrerende direktør Solfrid Lind, rådgiver/eksamensansvarlig Sverre Lien og leder IT utvikling Tore Kollerud.

basert på den seneste og mest relevante forskningen innen fagområdet.

LEDEDE INNEN HØYSKOLENS FAGOMRÅDER

Høyskolen har til hensikt å utdanne innen de fagområdene som i dag og i morgen er blant Norges viktigste verdiskapere. Fagområdene tilfører samfunnet kompetanse, entreprenørskap og innovasjonsevne ved å utdanne arbeidskraft til både offentlig

og privat sektor, spesielt der vi ser store samfunnsbehov.

Med hundre års erfaring, med mange oppturer og nedturer, har høyskolen alle muligheter til å nå sine målsetninger. Da strategien ble presentert, fikk høyskoleledelsen gode tilbakemeldinger. Veien de har pekt ut, har mange likhetstrekk med Ernst G. Mortensens kongstanke fra 1914.

Høyskolen Campus Kristiania i 2014 er igjen én enhet, som tilbyr en bredde av utdanningstilbud på flere nivåer, både på heltid og på deltid. En 100 års epoke er over, og en ny er i gang.





Høyskolen Campus Kristiania i Bergen. Hver morgen går studentene opp trappene for å komme til undervisningsrommene. Trappen i Bergen har et myldrende studentliv. Trappen opp til undervisningslokalene er et viktig møtested for studentene.

En ambisiøs høyskole

Hver morgen strømmer 3949 studenter inn gjennom hovedinngangen til Høyskolen Campus Kristiania. Derfra tar de trappen eller heisen videre til et av de tre fakultetene de studerer ved:

- 1938 av dem går til Markedshøyskolen
- 1557 går til Norges Kreative Høyskole
- 454 studenter går til Helsehøyskolen

Men det er mer, for i tillegg til de 3949 studentene, logger 4 200 nettstudenter seg inn på læringsapplikasjonene til NKS Nettstudier. I skrivende stund har Høyskolen Campus Kristiania altså 8119 studenter. Vi er med andre ord en stor og stolt aktør i utdanningssektoren.

Hvis vi holder oss til «de analoge» studietilbudene, fordeler studentene seg på femten bachelorstudier, ett masterstudium, tretten fagskolestudier og to årsenheter. Våre to seks-etasjers bygninger på til sammen 25 000 kvadratmeter rommer hele læringsmiljøet, enn så lenge. Høyskolen har to hovedinnganger i henholdsvis Kirkegata 24 og Prinsens gate 7–9, altså midt i sentrum av hovedstaden. Det gir oss mange fordeler når det gjelder nærhet til alt som er viktig i et moderne samfunn. Det er ikke mange høyskoler i verden som kan skryte av at de har en egen trikkeholdeplass. Vi liker å kalle oss selv for en «city-school».



Høyskolen Campus Kristiania har studiesteder i Oslo (t.v.), i Bergen (ø.h.) og i Trondheim (n.h.).

■ HVORFOR LYKKES VI?

Hver morgen er det ca. 4000 studenter som strømmer inn i undervisningslokalene til de tre fakultetene ved Høyskolen Campus Kristiania. Det samme antallet er for tiden registrert som studenter ved NKS Nettstudier. I skrivende stund har Campus Kristiania 8119 studenter.

Vi ser på oss selv som en annerledes høyskole. Vi har kommet langt i arbeidet med å bli et attraktivt lærested for både ansatte og studenter: Vi skal være den hyggeligste og mest spennende høyskolen å jobbe ved og studere ved.

SUKSESSKRITERIENE

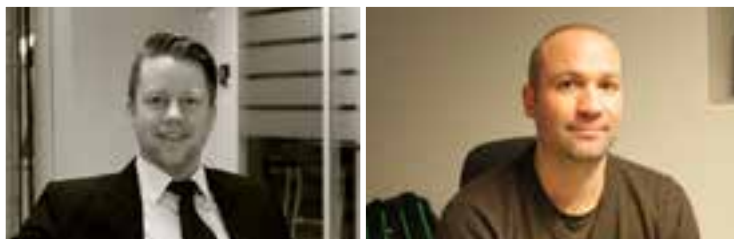
- Våre resultater så langt har vi oppnådd fordi vi har levd som vi har lært.
- Vi har vært bevisst på vår vekststrategi, på vår

visjon og våre verdier.

- Vi har adressert tydelig identitet i våre studietilbud, opptreden og kommunikasjon med markedet.
- Vi har lyktes særdeles godt i vår rekruttering av faglig stab og administrasjon.
- Vi har investert i oss selv og hatt et sterkt fokus på utvikling av organisasjonskultur.
- Vi har vært tydelig på markedet, både gjennom markedskommunikasjon og gjennom ansattes gjentatte opptredener i media.
- Vi har hatt gode undervisningsevalueringer.
- Vi har hatt kontinuerlig utvikling av studietilbud.
- Vi har vært en aktiv bidragsyter i samfunnsdebatten.

Etter stor vekst og fremgang på få år kan det være fristende å konsolidere, ta en pust i bakken. I Campus Kristiania er vi skeptiske til en slik tankegang. Utvikling, endring og tempo er viktige mål i seg selv og for å nå vår strategiske ambisjon om å bli den foretrukne høyskolen innen våre studietilbud. Dynamikk og utvikling er nødvendig for å komme videre.

Vi ønsker å sprengre grensen for det andre høyskoler har fått til og drevet med, både i form, satsingsområder og på sikt også regionalt – gjennom å bygge opp og ut et nettverk i andre norske byer. Vår erfaring så langt er at utvikling, forandring og vekst er en god ting, så lenge virksomheten er tydelig fundamentert på faglig-pedagogisk kvalitetssikring og en bedriftskultur som setter medarbeiderne i sentrum.



Kvalitetssjef Yngve Lilledrange (til venstre) og studiedirektør Aleksander Nikolic.



Høyskolekollegiet er Høyskolen Campus Kristianias øverste faglige styringsorgan, og har myndighet i henhold til fullmakt fra styret. Kollegiet skal fremme innstilling til rektor om ansettelse i faglige stillinger. På veggen er det en montasje av NKS sin første annonse fra 1914.



På Høyskolen Campus Kristiania er det ingen faste ansatte som jobber i resepsjonen. Studenter tar hånd om denne oppgaven, som en liten deltidsjobb ved siden av studiene.

VI HAR INGEN TRO PÅ Å FYLLE OPP MED STILLINGER VI IKKE UTDANNER TIL

Det første tegnet på at vi er en annerledes høyskole, møter du allerede i resepsjonene. Der er det ingen fast ansatte resepsjonister, men studenter som har en liten deltidsjobb ved siden av studi-



Student Mim P. Gauksstad har jobbet i resepsjonen i tre år, ved siden av studiene. Hun har tatt en bachelorgrad i markedsføring og en master i markedsføringsledelse.

ene. Vi har heller ingen fast ansatte sekretærer og assistenter. Assistentjobbene er det studenter som har, og de ansatte er sine egne sekretærer. Vi har ingen tro på å fylle opp med stillinger vi ikke utdanner til. Alle på høyskolen, selv toppledelsen, tar imot sine gjester, kopierer, fakser, skriver brev og bestiller tjenestereisene sine selv.

Mange av kontorene våre har ikke engang det vanlige antall vegger. Organisasjonskulturen er uformell, fordi vi trives best slik. Vi prøver, så langt råd er, å legge forholdene til rette slik at medarbeiderne, innen rimelighetens grenser, selv kan bestemme om de vil arbeide fra sitt hjemmekontor eller sitt jobbkontor. Vi tror at det øker både konsentrasjonen og produktiviteten å gi medarbeiderne større fleksibilitet. Vår filosofi er basert på medbestemmelse og deltagelse.



Fagstaben ved fakultetet Markedshøyskolen på studietur til Sestri Levante.



Ansatte ved Høyskolen Campus Kristiania på Litteraturhuset for å produktutvikle.

VI ARBEIDER AKTIVT OG MÅLRETTET FOR Å BLI DEN HYGGELIGSTE OG MEST SPENNENDE HØYSKOLEN Å JOBBE OG STUDERE VED

Som alle høyskoler har vi studieplaner, fagstab, administrasjon, systemer, rutiner, klasserom, seminarrom, bibliotek, lover og regler, datanettverk og studenter. Men dette er ikke tilstrekkelig for å bygge en høyskole som vi har lyst til å jobbe ved. Vi vil ha et arbeidsmiljø og en høyskole som er spennende, interessant, utfordrende, givende, identitetsbyggende, utviklende og sosial.

Optimistiske ord kanskje? Ja, men likevel ord som ofte går igjen når vi er på seminarer og strategimøter og snakker om oss selv. Vi ønsker å være litt motstrøms, men samtidig også litt medstrøms. Fremfor alt liker vi å utfordre oss selv, stille kritiske spørsmål, skape anledninger til å tenke nytt

og ikke servilt levere etter bestilling. Vi vil også være litt mindre pretensiose enn universitetene, særlig universitetene som har tre og en halv meter høye dører, og hvor det innenfor er en stor hall hvor den enkelte student føler seg liten – og er liten. Vi tror vi har lyktes med å skape en annen stil.

Overalt der mennesker lever sammen med andre mennesker, finnes det verdier: I samfunnet, organisasjoner, sosiale miljøer og subkulturer. Verdier fungerer som sosiale forsterkere av atferd. Valg tas på grunnlag av dem, beslutninger måles mot dem, og ansettelse skjer etter dem.

På Campus Kristiania har vi fire kjerneverdier: Vi skal være *ambisiøse*, *praksisnære*, *kreative* og *tolerante*. Disse verdiene er ikke et uttrykk for prektighet. De er der for å gjøre oss til den hyggeligste

og mest spennende høyskolen å jobbe og studere ved, og det blir vi nødt til å være hvis vi skal klare å beholde våre håndplukkede medarbeidere.

- Med *ambisiøs* mener vi store drømmer og høye mål.
- Med *praksisnær* mener vi relevans for arbeidslivet.
- Med *kreativ* mener vi skapende og idérik.
- Med *tolerant* mener vi at det er viktig å ha en genuin vilje til å arbeide upretensiøst og til å akseptere hverandres meninger.

Kort sagt: Vi trives best sammen med mennesker som er idérike og praktiske, som evner å jobbe hardt, og som strekker seg langt og helhjertet for studentene, seg selv og høyskolen som helhet.



Fra venstre: Førstelektor Patrick Verde, førstelektor Helene Sætersdal og førstelektor Elin Ørjaseter.



Hovedlærer i illustrasjon, Tor Edvin Strøm, trives sammen med studentene sine.



Studieleder i illustrasjon, Randi Hobøl, er en engasjert og dyktig foreleser.

**VI ER EN FORSKNINGSBASERT OG PRAK-
SISNÆR HØYSKOLE MED HØY PEDAGOGISK
KVALITET, YRKESMESSIG RELEVANS OG
SAMFUNNSMESSIG AKTUALITET**

Kort sagt: Vi utdanner våre studenter til livet etter eksamen.

Riktignok er stiftelsen vår hundre år, men vi er likevel den eneste høyskolen i Norge som helt fra grunnen av er bygget opp av de medarbeiderne som arbeider her i dag, i 2014. Det har sammenheng med at vi i 2012 slo Norges Kreative Fagskole, Markedshøyskolen, Helsehøyskolen og NKS Nettstudier sammen til én høyskole. I denne prosessen satte vi gang et omfattende strategiprojekt hvor vi definerte oss selv, samtidig som vi pekte ut retningen høyskolen skal utvikle seg i årene som kommer.

Til grunn for vurderingene og valgene vi gjorde, lå det en filosofi som i korthet handlet om at vår pedagogikk skal være preget av at vi utdanner studenter til livet etter eksamen, og at dette skal skje ved praksisnære studietilbud, forsknings- og erfaringsbasert undervisning, høy faglig og pedagogisk kvalitet og kontinuerlig arbeid for å være en ledende høyskole innen våre fagområder.

VÅRE MÅL

Strategi og fokus er store og moteriktige ord. For oss betyr det ikke at vi skal sette verdensrekorder i noe. Det betyr rett og slett at vi skal arbeide aktivt for å oppnå følgende åtte delmål:

1. Bli en selvakkrediterende høyskole på masternivå
2. Tilby et helt spesielt studietilbud med Norges beste forelesere
3. Ha topp moderne læringsteknologi

4. Ha selvgående filialer i Bergen og Trondheim med egen fagstab og administrasjon, og som tilbyr våre mest etterspurte studier
5. Ha et populært etter- og videreutdanningstilbud
6. Bli kjent for å være best på pedagogikk
7. Ha en aktiv studentbedrift, et spennende alumni og et hjelpsomt karrieresenter
8. Ha lønnsom vekst for å nå våre akademiske ambisjoner

Selvsagt, tenker du? Langt ifra, dette må vi arbeide beinhardt for å oppnå, sier vi.



Fakultetene ved CK tilbyr både teoretisk og praktisk undervisning. Ved å kombinere begge læringsformene utdanner vi de beste studentene innen våre fagområder.

MED NY KUNNSKAP SKAL VI TILBY MORGENDAGENS UTDANNING I DAG

Hva er kjernen i vår virksomhet? Hva er vårt samfunnsoppdrag? Hva tror vi på? Hva arbeider vi ut fra? Hva mener vi når vi sier at vår visjon er å tilby morgendagens utdanning i dag? Hva er vår overgripende pedagogiske idé?

Svar: Kjernen i vår virksomhet er produksjon av anvendbare kvalifikasjoner innen de områdene vi utdanner for. Vårt samfunnsoppdrag er knyttet til relevant undervisning, forskning og formidling. Vi tror at nærhet til studentene er en viktig forutsetning for læring. Hos oss har studentene krav på tilgang til faglig stab, også når de ikke foreleser. Vi er en høyskole som arbeider etter prinsippet *learning by doing*, som betyr at studentene får arbeide med relevante forretningsmessige arbeids-

oppgaver hentet fra praksisfeltet vi utdanner for. Dette kommer vi tilbake til senere i kapitlet.

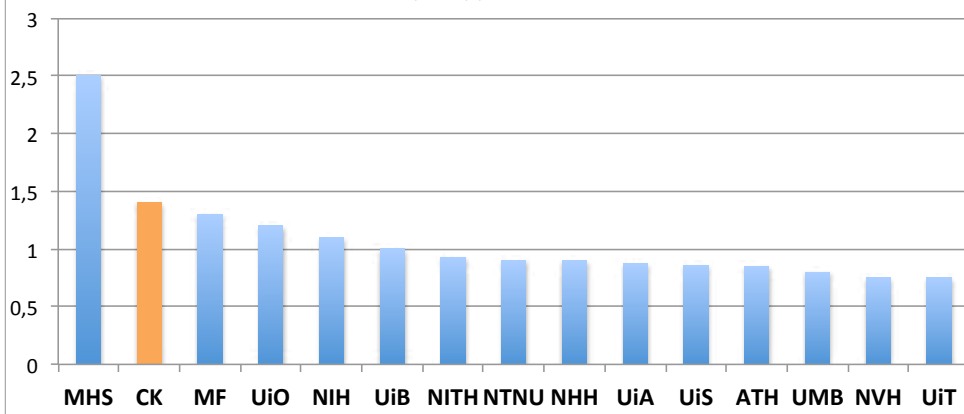
Morgendagens utdanning i dag betyr at vi har en fagstab som forsker og deltar på internasjonale forskningskonferanser, som er den eneste arena hvor rykende fersk kunnskap presenteres og diskuteres. Vår pedagogiske idé er å lykkes med alt dette slik at vi forbereder våre studenter til både eksamen og det vi kaller livet etter «eksamen».

I skrivende stund består vår faglige slagkraft av 142 hengivne personer som underviser, forsker, veileder, formidler og gjør utviklingsarbeid. Vår faglig-pedagogiske plattform er sammensatt av fire hovedmål som for øvrig er i samsvar med sektorens felles mål:

1. Våre studier skal ha høy internasjonal kvalitet og være i samsvar med samfunnets behov.
2. Våre utdanningstilbud skal være basert på det fremste innen forskning og pedagogisk formidling. I praksis betyr det at våre forskere skal oppmuntres til å publisere i internasjonale tidsskrifter og delta på internasjonale forskningskonferanser. Når det gjelder høyskolens fagskoletilbud, skal disse bygges på det beste innen erfaringskunnskap, og lærerne skal ha høy faglig og pedagogisk kompetanse, samt ha nær kontakt med praksisfeltet vi utdanner for. Både høyskole- og fagskoletilbudenes studieprogrammer skal være yrkesrelevante og fremtidsrettede.
3. Høyskolen Campus Kristiania skal være en tydelig aktør i samfunnsdebatten på våre fagområder, som er markedskunnskap, kom-



Antall publiseringspoeng per UFF-stilling (undervisning, forskning og formidling), 2010.
15 på topp i sektoren.



Det er gjerne slik innen høyskolekulturen at vi elsker å bli lagt merke til. Gjør vi en god jobb for oss selv, gjør vi også en god jobb for samfunnet. I 2010 var Markedshøyskolen (CK) Norges nest mest publiserende høyskole målt i antall publiseringspoeng per faglig ansatt. Legg merke til at Universitetet i Oslo «bare» er på en 4. plass, mens Handelshøyskolen BI ikke en gang er blant de femten øverste på listen. Leder for forskningsutvalget, professor Gøran Svensson, er avbildet øverst.

munikasjonskunnskap, praktisk-estetiske fag og forebyggende helse. Ved siden av aktive forskere og dyktige pedagoger skal Høyskolen også ha medarbeidere som er synlige meningsbærere i samfunnsdebatten.

4. Som privat høyskole er det særlig viktig at virksomheten har som mål å ha gode og effektive rutiner og systemer for forvaltning av vår samlede kompetanse, og at ressursene forvaltes i samsvar med høyskolens samfunnsrolle.

VI SKAL VIDERE, OG VI SKAL BLI BEDRE. DERFOR MÅ KVALITETSSIKRINGSARBEIDET HA TOPP PRIORITET

I strategiplanen heter det at ambisjon vår er å bli «en vitenskapelig høyskole». I praksis betyr det at vi blir en selvakkrediterende høyskole til og med på masternivå. Med en slik ambisjon er det

avgjørende å sette inn de riktige tiltakene som løfter høyskolen samlet sett. De fire hovedmålsetningene vi viste til ovenfor, beskriver hva vi må gjøre for å komme dit vi vil. Målene gir retning til hvordan vi bør tenke og disponere ressursene når det gjelder nåværende medarbeidere og fremtidige ansatte.

Vi trenger enda flere medarbeidere som evner å jobbe tverrfaglig og målrettet, samtidig som de strekker seg langt og engasjerer seg helhjertet i både våre studenter læring og egen forskning og formidling. Ingen kan bli best på alt, men vi skal bli best på de områdene vi har faglig potensiale til å bli best, og vi skal bli best mulig over hele linjen.

Etter at styret løftet Markedshøyskolens akkreditering opp til stiftelsesnivå, fikk vi en felles faglig og administrativ styringslinje, og ett system

for kvalitetssikring. Hovedutfordringen de neste årene vil være å få en høyere og jevnere kvalitet på hele stiftelsens studietilbud og få fagmiljøene på de ulike fakultetene til å trekke sammen og utvikle nye tverrfaglige studietilbud. Videre bør vi tilby flere av høyskolens samlede studier, kurs og spesialiseringer på nett. I dette arbeidet må kvalitets-sikringsarbeidet spille førstefiolin.

ALLE ORGANISASJONER HAR UTFORDRINGER, OGSÅ VI

Heldigvis har vi en grei og ryddig økonomi. Det har gjort at vi har klart å bygge opp en stor og solid faglig stab, et flott bibliotek og læringscenter og en infrastruktur som rommer oss alle.

- Vi er gode på undervisning.
- Antallet internasjonale publiseringer ligger på et meget høyt nivå.



Det er de levende diskusjonene og gløden i fagmiljøene som skaper god praksis. Fra venstre Professor Tom Karp, førsteamanuensis Rune Bjerke, studiedirektør Aleksander Nikolic og kommunikasjonssjef Stein-Oddvar Evensen.

- Det skrives lærebøker, antologier og kronikker.
- Det går ikke en dag uten at minst fire–fem av våre medarbeidere er i mediene som ekspert-kommentatorer.
- Vi har også en særdeles effektiv studieadministrasjon.

Men: Når tre–fire forskjellige høyskolekulturer skal smelte sammen til én, og bli enige om felles mål og strategi, oppstår det alltid små og store uenigheter om veivalg. Så også hos oss. Fagstaben ved Campus Kristiania består av medisinerer, ernæringsfysiologer, økonomer, samfunnsvitere, osteopater, akupunktører, medievitere, litteraturvitere, interiørarkitekter, illustratører, fotografer, dokumentarister, journalister, filmfolk, grafiske designere, lydingeniører og kunstnere. Å få alle til å samarbeide etter samme grunnleggende modell for kultur-, organisasjons- og merkevarebygging krever åpenhet, toleranse og en genuin vilje til å dele og bli kjent med hverandre, ikke bare på julebordene.

I arbeidet fremover skal vi skape en felles arena for forskning, praktisk-estetisk og kunstnerisk utvikling og for faglig-pedagogisk utviklingsarbeid. Vi har allerede nedsatt et forskningsutvalg som ledes av professor Göran Svensson, og som har representanter fra hvert av instituttene. Vi har også etablert et utvalg for praktisk-estetiske og kunstneriske fag.

I løpet av høsten 2014 skal vi koordinere og samordne kurs som går på tvers av fakultetene og studietilbudene, slik at studentene samlet sett får et bedre studietilbud og bedre undervisning. Omorganiseringen av Høyskolen Campus Kristiania skal samlet sett gi fagstaben mer tid til forskning og faglig-pedagogisk utviklingsarbeid, skape åpne og nye nettverk på tvers av fakultetene, harmonisering i fagmiljøet, samt gi studentene en større og bedre kvalitetssikret «fagmeny».

REKRUTTERINGSARBEIDET ER BLANT DE ALLER VIKTIGSTE OPPGAVENE

Alle ser at Høyskolen Campus Kristiania har faglige ambisjoner så det holder, og vi er ganske godt rustet til å klatre enda høyere opp på utdannings-samfunnets «prestisje-stige». Ambisjonen er å ligge helt i kunnskapsfronten på våre fagområder. Derfor er det viktig at vi sammen prøver å skape det mest spennende og stimulerende fagmiljøet å jobbe og studere i.

Vi vil bli lagt merke til, og er stolte av det vi har klart så langt. Men vi vil videre og skape en utdanningsinstitusjon det står respekt av også i eksterne fagmiljøer, helst langt utenfor landets grenser. For å klare det må vi utfordre oss selv, hverandre og fagmiljøene. Det gjør vi med å si at hovedregelen ved alle ansettelser, er å finne fagfolk som er enda bedre enn vi som arbeider her i dag. Det er ikke sikkert at vi lykkes med det hele tiden, men vi prøver. Rekrutteringsarbeidet ved høyskolen hører derfor til de aller viktigste oppgavene.



Web- og multimediautvikler Trond Sørli avbildet i lydstudioet på CK.

Vi ansetter kun fagfolk som har en kombinasjon av minst to av følgende fire egenskaper:

1. **Spesialister** som har praksiserfaring, dybdekompetanse og er gode på undervisning.
2. **Akademikere** som kan forske og publisere i internasjonale tidsskrifter vi vil bli sett i, og som er gode på undervisning.
3. **Generalister** som kan flere av undervisningsfagene, og som er gode på undervisning.
4. **Meningsbærere** som er i offentligheten med våre emner og våre perspektiver, og som er gode på undervisning.



Mange av eksamenene består av gruppearbeid. Studentene får testet i praksis om de behersker teorien.



Professor Arne Nygaard er en av de fremste forskerne på Markedshøyskolen. Han har publisert over 50 artikler, mer enn 20 av dem er i internasjonale fora.

■ MORGENDAGENS UTDANNING

MED NY KUNNSKAP SKAL VI BYGGE MORGENDAGENS UTDANNING. DET FORPLIKTER!

Forskning, undervisning og formidling av høy kvalitet bidrar til utvikling, verdiskaping og velferd. I tillegg er det viktige forutsetninger for en opplyst og kritisk samfunnsdebatt. Derfor kalles de tre tingene for universitets- og høyskolesektorens samfunnsoppdrag. I praksis betyr det at det også er vårt samfunnsoppdrag.

SAMFUNNSOPPDRAGET GIR OSS STATSSTØTTE, MEN DESSVERRE IKKE FOR HELE VIRKSOMHETEN

Høyskolen Campus Kristianas samfunnsoppdrag er å styrke Norge som kunnskapsnasjon. For det mottar vi statsstøtte. Skjønt, ikke hele virksomheten vår får statsstøtte. I 2012 mottok Markeds-

høyskolen omtrent 32 millioner i støtte fra staten. Året før var statsstøtten 28 millioner. Disse pengene gjør at vi kan bygge opp fagmiljøer rundt studieløpene. De faglige medarbeiderne som har forskerkompetanse (førsteamanuensis- og professorkompetanse), får mindre undervisnings- og veiledningsplikt for å kunne forske, reise på forskningskonferanser, kjøpe data og få vikarstipend. Også dette takket være statsstøtte.

Statsstøtte betyr også at noen medarbeidere har fått redusert undervisningsplikten sin, slik at de kan ta en doktorgrad ved et annet universitet eller en annen høyskole. Dessverre er ikke Helsehøyskolen og Norges Kreative Høyskole i samme situasjon som Markedshøyskolen, men vi arbeider aktivt og pågående for at også disse fakultetene skal få statsstøtte.

Statsstøtte er viktig fordi forskning krever gode økonomiske rammebetingelser. Derfor skulle vi gjerne sett at hele virksomheten vår mottok statsstøtte. Da kunne vi bygge opp solide og stabile fagmiljøer som bidrar positivt til den samfunnsmessige kunnskapsutviklingen innenfor alle fagområdene våre. Ikke det at de ikke gjør det i dag, men vi kunne blitt enda bedre, og flere. Slik det er nå, får vi ikke statsstøtte for forskningen og den vitenskapelige publiseringen som skjer ved for eksempel Helsehøyskolen. Vi får ikke engang anledning til å rapportere den inn til Kunnskapsdepartementet.

ESTETISKE OG KUNSTNERISKE FAG

Det er ikke bare den tradisjonelle forskningen som er viktig for høyskolen vår. Vi forvalter også mange praktisk-estetiske og kunstneriske fagområder, for eksempel innenfor grafisk design, illustrasjon,



På NKH er det aldri fred å få. Studentene jobber iherdig dag og natt for å oppnå best mulig kompetanse. Med hjelp fra energiske forelesere som formidler egen erfaring og kunnskap blir studentene lært opp av de beste.

interiør, foto, lyddesign, film og skrivekunst. Dette er fagområder som har en helt annen tradisjon for vurdering av fagkompetanse enn de tradisjonelle «forskningsfagene». Dessuten er det andre regler som gjelder når våre faglige medarbeidere innenfor disse områdene søker om opprykk til mellomkompetanse (førstestillinger) og toppkompetanse (professor- og dosentstillinger).

I lovverket som gjelder universitet- og høyskolesektoren, er forskning og utviklingsarbeid side- stilt, og det er grunnen til at vi også innen disse fagområdene tilsetter førsteamanuenser og professorer. Vi mener det er viktig å legge til rette for at våre faglige medarbeidere får anledning til å samarbeide med kulturlivet, og at kunststipender, utstillinger, produktutvikling, design med mer teller positivt i forbindelse med stillingsopprykk.

Vårsemesteret 2014 nedsatte kollegiet ved høyskolen et utvalg hvis mandat er å komme med forslag til hva slags policy og rutiner høyskolen skal ha når det gjelder de kreative fagområdene.

VI SKAL ØKE VEKSTEN OG KVALITETEN I FORSKNINGEN

Høyskolen Campus Kristiania har et sammensatt samfunnsoppdrag. På den ene siden skal vi gi studentene en utdanning som forbereder dem til arbeidslivet og svarer til arbeidslivets behov. På den andre siden skal vi fremme forskningen og bidra til faglig utvikling og innovasjon. Kvaliteten vår er slik sett avhengig av at begge disse sidene av virksomheten vår virker sammen, og ikke minst at vi får vilkår som gjør dette samspillet mulig (les: mer statsstøtte). I tiden som kommer, skal vi arbeide for:

- Statsstøtte til alle fakultetene
- Styrke samarbeidet med arbeidslivet
- Ekstern finansiering av forskning

I inneværende strategiperiode skal vi satse enda sterkere på kvalitet i studietilbudene. Det betyr at alle studenter får et opplæringstilbud med relevante faglige utfordringer, tett oppfølging av faglige medarbeidere og nærhet til arbeidslivet. Studentene skal gjøres kjent med aktuell forskning, og samtidig få mulighet til å prøve ut forskning i praksis.

For å få til dette må undervisningen være både forsknings- og erfaringsbasert. Fremragende pedagogikk er en høyt prioritert oppgave, også for de vitenskapelig ansatte. Alle studietilbudene skal ha førsteklasses faglig og pedagogisk kvalitet. Undervisningen skal være relevant for studentenes yrkes-



Foreleser ved Markedshøyskolen, høyskolelektor Tore Fagernes, møter ofte studentene utenom forelesningene for å veilede.

liv etter endt utdanning, og alle studiene skal tilby en opplæring der studentene får ta i bruk kunnskapen sin, teste den ut i praksis og anvende den på konkrete problemstillinger.

VI SKAL UTFORDRE NÆRINGSLIVET TIL Å BIDRA MED RESSURSER TIL FRI OG UAVHENGIG FORSKNING

Forskningssamarbeid med næringslivet vil gjøre forskningen mer relevant og spennende, både for oss og for næringslivet, og det vil bidra til å styrke mulighetene for kompetanseoverføring mellom næringslivet og høyskolens fakulteter. Vi mener at fakultetene og den enkelte forskeren selv må være en pådriver for å få dette til. Gjør vi relevant forskning for næringslivet, gjør vi en relevant jobb for høyskolen. Men fremfor alt ønsker vi at forskningen skal være fri og motivert av den

enkelte forskers nysgjerrighet. Vi tror det gjør forskningen bedre og mer spennende. Det avgjørende er at forskningen bidrar til ny kunnskap, at våre forskere stiller spørsmål ved etablerte sannheter, og på den måten bringer fagområdene fremover. Bare da kan vi tilby morgendagens utdanning i dag, som vi sier om oss selv.

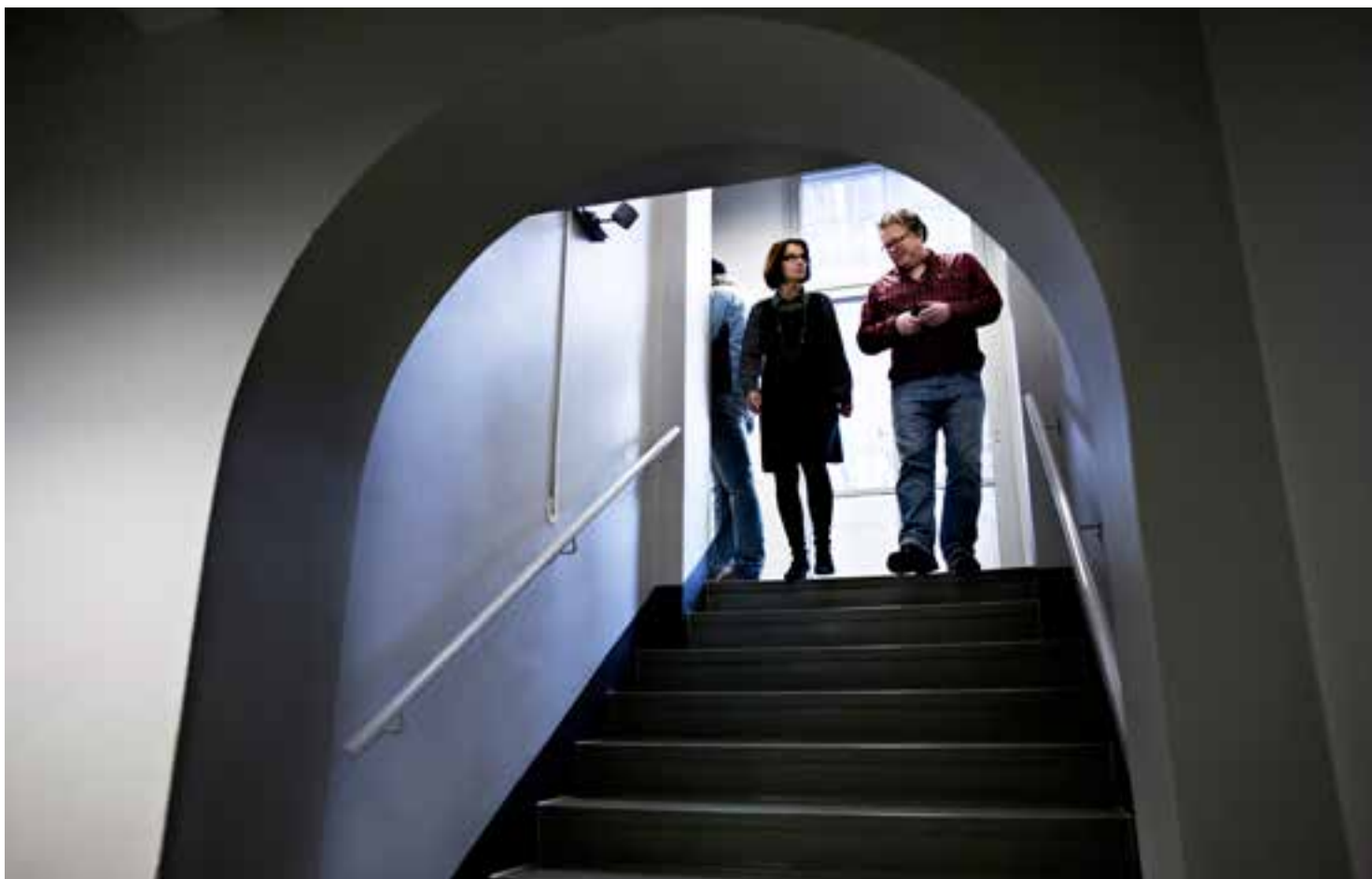
Vi vil også legge til rette for at våre forskere får delta i internasjonale forskningsnettverk. Betingelsen er selvfølgelig at det forskes, gjerne sammen med forskere fra andre og utenlandske institusjoner, og at forskningen publiseres internasjonalt.

Forskningssamarbeidet med næringslivet må nødvendigvis være slik at forretningshensyn ikke får forrang fremfor den frie og uavhengige forsknin-

gen. I tillegg må våre ansatte ha anledning til å uttale seg fritt om alle slags temaer som er aktuelle i samfunnsdebatten. Selvfølgelig, sier du. Det er dessverre ikke alltid slik, sier vi.

NY KUNNSKAP OG GOD FORMIDLING ER AVGJØRENDE FOR KVALITETEN PÅ HØYSKOLEN CAMPUS KRISTIANIA

Forskningen ved Høyskolen Campus Kristiania skal ligge på et høyt internasjonalt nivå, sier vi i forskningsstrategien. I praksis betyr det bl.a. at våre forskere gis anledning til å delta på den internasjonale arena i forbindelse med forskningskonferanser. Kvaliteten på forskningen, undervisningen og formidlingen har uvurderlig betydning for vår evne til å beholde og rekruttere *dyktige* medarbeidere, for faglig anerkjennelse og for tilstrømmingen av *motiverte* studenter på alle fagområder.



Administrerende direktør Solfrid Lind og rektor Trond Blindheim.

SEKS KONKRETE MÅL FOR FORSKNINGEN I PERIODEN 2014–2018

- Øke antall publiseringspoeng med 50 prosent.
- Majoriteten av de ansatte i undervisnings- og forskerstillinger skal ha mellom- og toppkompetanse innen 2018.
- Oppnå tjue nivå 2-publiseringer, og åtti nivå 1-publiseringer.
- Bli den ledende høyskolen i Norge når det gjelder forskning innen forbrukermarkedsføring, forbrukeratferd og merkevarebygging.
- Legge til rette for å bli selvakkrediterende på masternivå.
- Arrangere minst én stor internasjonal forskningskonferanse i strategiperioden.

Dette skal vi oppnå ved at vi:

- Oppretter et felles forskningsutvalg for hele høyskolen.
- Legger til rette for at faglig ansatte innen estetiske fag oppnår mellom- og toppkompetanse.
- Utvikler en felles forskningsstrategi, og en felles strategi for kunstnerisk og estetisk utviklingsarbeid.
- Vedtar felles policy for forskningssabbat, stipendiatorordninger, vikarstipend med mer.
- Innfører felles incentivordninger for fremragende undervisning, forskning og formidling.
- Lager felles policy for deltagelse på forskningskonferanser.

I 2013 var våre faglige medarbeidere representert på forskningskonferanser med over 30 «papers». Fakultetet Markedshøyskolen publiserte 29 vitenskapelige publikasjoner, og arrangerte Johan Arndt-konferansen hvor 174 forskere fra hele verden deltok. Målet er å reaktivere forskningen på Helsehøyskolen og komme i gang med forskning og praktisk-estetisk utviklingsarbeid på Norges Kreative Høyskole.

Personer som tidligere har mottatt forskningsprisen:



Professor Lars Erling Olsen



Professor Tore Mysen



Høyskolelektor Kristin Undheim



Førstelektor Helene Sætersdal



Førstelektor Karl-Fredrik Tangen

PRISEN FOR FREMRAGENDE FORSKNING

Hvert år deler vi ut en pris for fremragende forskning. I 2013 gikk denne prisen til førsteamanuensis Anastasia Mariussen ved fakultetet Markedshøyskolen for *Internet-enabled Value Co-creation in SME Internationalisation: Current Practices from the UK Food and Drink Industry*. Denne ble publisert i *European Journal of International Management*. For dette arbeidet fikk Mariussen tredje plass i *2014 PhD Thesis Excellence Award* fra *The International Federation for Information Technology and Travel & Tourism (IFITT)*.

PRISEN FOR FREMRAGENDE UNDERVISNING

I den høyere utdanningssektoren møter man dessverre altfor ofte stressede lærere og misfornøyde studenter. Det klages over dårlig trivsel og util-

fredsstillende læringsmiljø. På dette området har Høyskolen Campus Kristiania ingen grunn til å skjemmes. Vårt motto er at når vi gjør en god jobb for studentene, gjør vi også en god jobb for oss selv. Det mest spesielle som skjedde i 2013, var at tall fra den landsdekkende Universum-undersøkelsen, den som måler hvor fornøyde studenter fra 25 universiteter og høyskoler er med eget studie-
sted, viste at hele 85 prosent av Markedshøyskolens studenter mente at foreleserne er dyktige og inspirerende, og at fagene er interessante. På dette området skåret vi like høyt som Norges Handelshøyskole i Bergen og Steinerhøyskolen i Oslo.

Denne undersøkelsen gir et godt bilde av den pedagogiske kvaliteten som tilbys hos oss, og at vi har fått meget god uttelling når det gjelder rekruttering av faglige ressurser. Resultatet viser også at

det kontinuerlige faglig-pedagogiske utviklingsarbeidet ved høyskolen fungerer etter intensjonen, og at det bidrar til å heve undervisningskvaliteten.

For å understreke hvor viktig god pedagogikk er, deler vi hvert år ut en pris for fremragende undervisning. I fjor gikk denne prisen til høyskolelektor *Hanne Stavelie*.

PRISEN FOR FAGLIG-PEDAGOGISK UTVIKLINGSARBEID

Forskning og undervisning er viktig, men for å «henge med i tiden» er det vel så viktig å utvikle nye studietilbud, lage valgfrie spesialiseringer og videreutvikle og revidere allerede eksisterende studietilbud – fra idé til ferdig studieplaner og detaljerte undervisningsopplegg. Slikt arbeid er svært tidkrevende, og det innebærer naturligvis



Høyskolelektor Tore Fagernes



Prorektor og førsteamanuensis Sander Sværi



Høyskolelektor Terje Grann



Førsteamanuensis Nicholas Ind



Professor Gøran Svensson og professor Runar Døving

mange faglige diskusjoner for å komme frem til enighet. Det er grunnen til at vi har valgt å premiere det faglig-pedagogiske utviklingsarbeidet som skjer på campusen. Denne prisen deles ikke ut hvert år.

PRISEN FOR AT VI BLIR LAGT MERKE TIL: FORMIDLINGSPRISEN

Vitenskapelige publiseringer er viktige, men de leses stort sett kun av forskere innen fagområdet. Det er grunnen til at formidling er viktig. Det går nemlig fint an å formidle forskning i lærebøker, debattbøker, kronikker, fagartikler i populærvitenskapelige tidsskrifter og i forbindelse med foredrag og intervjuer i mediene. For øvrig har universiteter og høyskoler plikt til å formidle kunnskap og skape debatt i samfunnet – i hvert fall ifølge universitetsloven.

Det er grunnen til at vi har bestemt at Høyskolen Campus Kristiania skal være en forbilledlig institusjon når det gjelder å holde eksterne foredrag for bransjene vi utdanner for, og gjennom å delta i den offentlige debatten om våre fagområder.

Vi ønsker å fremstå som sentral kunnskaps- og meningsbærende høyskole som formidler kompetanse til hele det norske samfunnet. Formidling er enkelt sagt en måte å invitere omgivelsene inn på høyskolen vår. Hvert år skriver våre ansatte over 100 kronikker og artikler, i tillegg holder de en lang rekke eksterne foredrag og svarer på henvendelser fra mediene. Dette er grunnen til at vi hvert år deler ut en formidlingspris.



Professor Erik Lerdahl (n.v.), Ken Paulsen (n.h.) og Carl Svendsen (ø.h.) er eksperter innen sitt fagområde og bruker erfaring og ekspertise til å lære opp nye, engasjerte studenter.

■ VÅR STRATEGI FOR LÆRING

FAGSTABEN ER DEN BESTE FORSIKRING MOT AT VÅRE STUDENTER FÅR PRAKSIS-SJOKK NÅR DE SKAL PRAKTISERE UTDANNINGEN VI HAR GITT DEM

Vi har sagt det før, og vi sier det igjen: Å studere ved Høyskolen Campus Kristiania skal være interessant, spennende og annerledes. Ting som gjen-tas, høres kanskje ut som en floskel, men tro oss: Dette er noe vi lever og ånder for. Derfor har vi ansatt faglige medarbeidere som skiller seg klart ut fra A4-akademikere. Metoden vi har brukt for å finne dem, er enkel: Vi har lett etter fagfolk som har vært ute i arbeidslivet – de som har praktisert utdanningen sin noen år før de begynte å undervise.

Vår fagstab er sånn sett ikke «bare» pedagoger og forskere. De har dobbeltkompetanse, fordi de også

har arbeidet som *designere, fotografer, filmfolk, markedsdirektører, merkevederdirektører, interiørarkitekter, reklamesjefer, produksjsjefer, personal-sjefer, hotelldirektører, markedsanalytikere, kreative ledere, illustratører, osteopater, akupunktører, ernæringsfysiologer, leger, statssekretærer, kommunikasjonsdirektører, PR-eksperter, journalister, tekstforfattere, mediedirektører* og mye annet.

Vi synes det er en god forsikring mot at studentene våre ikke får «praksis-sjokk» når de kommer ut i arbeidslivet og skal anvende kunnskapene sine. Skal vi høyne kvalifikasjonsnivået hos våre studenter, må vi «gå til krig» mot dem som sier at en høyskole utelukkende skal banke teorier inn i hodet på studentene. En klok pedagogikkprofessor sa en gang at teori uten praksis er blindt, og praksis uten teori er tomt.

FLINKE FOLK BLIR ENDA FLINKERE NÅR DE BLIR UTFORDRET

I tillegg til en imponerende yrkeserfaring rommer fagstaben også mange faglige «kjendiser» og anerkjente fagfolk som har pågangsmot og kunnskaper nok til å utfordre fagfeltet sitt, enten det skjer gjennom forskning, formidling eller undervisning. Faglig debatt er viktig, ja, faktisk helt avgjørende for at fagfeltet skal kunne utvikle seg.

Men så er det også slik – dessverre – at ikke alle fagfolk liker kritikk, selv om de har fortjent det. Det er virkelig et stort vågestykke for en fagperson å kritisere en annen fagperson. Men vi synes likevel at det bør være slik, fordi kritikk får fagfolk til å våkne og bli engasjert, og komme med egne forslag til forbedring av forskning, undervisning og formidling. Vår fagstab setter pris på faglige utfordringer, fordi



Professor Helene Uri, studieleder Magne Johannessen og professor Erik Lerdahl.

de sier at de blir bedre av det. Faglige diskusjoner er balsam på Høyskolen Campus Kristiania.

Selvfølgelig gjør det vondt å bli kritisert, men vi tåler det. Vi skal ikke bare «sette lus» i andres pels, vi må også våge vår egen hvis vi skal kunne møte utfordringen og bidra til utviklingen av en god høyskole med fri meningsutveksling.

- Hvert år skriver fagstaben vår et imponerende antall kronikker.
- De opptrer daglig som ekspertkommentatorer i mediene.
- De holder et stort antall foredrag ute i bransjene vi utdanner for.
- Og det beste av alt: De elsker å eksponere sine kunnskaper for studentene.

Vi tror at dyktige fagfolk blir enda flinkere når de blir utfordret i kronikker og bokanmeldelser. På den måten legger næringslivet, forvaltningen og mediene press på oss på en positiv måte.

Mange høyskoler tenker annerledes enn vi. De ansetter fagfolk som har gått direkte fra studentrollen til foreleserrollen. Det fungerer sikkert greit nok for dem, men ikke for oss. Vi foretrekker at fagstaben, i tillegg til solid utdanning, også har arbeidserfaring innenfor de områdene de underviser i.

Undervisningen foregår som regel i små auditorier/klasserom med plass til mellom tjue og åtti studenter. Undervisningen i fellesfagene, det vil si fag som går på tvers av de ulike studiene, skjer imidlertid i større auditorier hvor klassene samles

til felles undervisning, uavhengig av studieretning. I tillegg til dette har vi virtuelle klasserom på nettet, og vi har en stor studentklinikk hvor Helsehøyskolens viderekomne studenter tar hånd om folk med stive muskler, ømme ledd, migrene og andre plager.



I eksamensperioder kan det fort bli fullt på biblioteket. Studentene ved Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling er løsningsorienterte når det er mangel på plass.



Fra venstre: Kommunikasjonssjef Stein-Oddvar Evensen, dekan NKH Tine Widerøe, prosjekt- og strategidirektør Marit Aamold, økonomi- og finansdirektør Pål Nakken og studiedirektør Aleksander Nikolic.

PROBLEMORIENTERING OG PROSJEKT-ORGANISERING

En høyskoles samfunnsmessige nytteverdi er knyttet til produksjon av kvalifikasjoner. Det gjelder alle høyskoler og universiteter, men kanskje i særlig grad private høyskoler fordi disse studentene må betale skolepenger. Forventningene blir som kjent større når man selv må betale, slik også med studenter. Som rektor pleier jeg å si det slik når jeg hver høst taler til nye studentkull:

Hvis Høyskolen Campus Kristiania ikke gir bedriftene det bedriftene etterspør, altså anvendbare kvalifikasjoner, vil ikke bedriftene ansette våre kandidater. Det forplikter oss som underviser her, og dere som skal studere her. Men god undervisning er bortkastet hvis den ikke møtes av aktive studenter. Som student skal du ikke tro at du bare kan sette

deg godt til rette i auditoriet eller klasserommet, og la undervisningen gli forbi mens du lurer på om det ikke snart er pause. Du skal ikke forvente at forelesningene, veiledningene og pensumbøkene gjør noe med deg. Det er du som skal gjøre noe med dem. Vel møtt til noen krevende studieår ved Høyskolen Campus Kristiania.

Sagt på en annen måte:

- Det hjelper ikke at studentene trives på studiene, hvis de ikke lærer noe de får konkret bruk for når de kommer ut i arbeidslivet.
- Det hjelper ikke med gruppearbeid hvis det betyr at studentene utveksler uvitenhet.
- Det hjelper ikke med prosjektstudier hvis man gjennom prosjektene ikke klarer å dyrke frem kunnskap som etterspørres i arbeidslivet.

Det må ikke bli slik den kjente retorikeren Georg Johannesen sier: *Vi utdanner offiserer, prester og jurister. Vi kan ikke utdanne noe annet. All høyere utdanning er sikket inn på å skape akademikere.*

ANVENDBARE KVALIFIKASJONER ER DEN VIKTIGSTE ØKONOMISKE DRIVKRAFTEN I SAMFUNNET

Vår strategi for læring er *problemorientering* og *prosjektorganisering*. Det er en pedagogisk metode som ligger så tett opp til yrkeslivet det går an å komme for en akademisk institusjon. Vi tror at når studentene får arbeide med konkrete, forretningsmessige, kreative og helsemessige problemstillinger hentet fra arbeidslivet, når de får jobbe med de samme problemstillingene som de skal arbeide med etter at studiene er avsluttet, når de får samarbeide med andre studenter i team, slik man gjør



Faglig studieleder Fredrik Eive Refsli (bildet til venstre), faglig studieleder Roar Samsing (øverst til høyre) og førsteamanuensis Carl-Erik Grimstad (nederst til høyre) er viktige pågangsytere for studiene på NKH.

i det virkelige arbeidslivet, mener vi at læringen blir preget av både realisme og glede.

Vi kaller denne pedagogikken for *eksemplarisk læring* (eksempelets læring). I gamle dager var det den eneste læringsmetoden. Man ble bonde ved å arbeide på en gård sammen med en bonde, og man ble smed ved å arbeide i lag med en smed. Vi tror denne pedagogikken fremdeles duger. Samtidig mener vi at læringen blir enda mer relevant hvis den kombineres med det som kalles forskningsbaserte læringsformer. Det innebærer at studentene lærer å gjøre sine egne undersøkelser. De leser og anvender pensumlitteratur, modeller og teorier, utformer spørreskjema og intervjuguider og henter inn empiri/data ute i samfunnet.

Dette er grunnen til at alle våre studier i dag er satt sammen av de to læringsformene, den erfarings-

baserte og den forskningsbaserte. Det er disse læringsformene vår pedagogiske idé er tuftet på.

PRAKSIS UTEN TEORI ER BLINDT. TEORI UTEN PRAKSIS ER TOMT. DERFOR HAR VI BÅDE AKADEMIKERE OG PRAKTIKERE I FAGSTABEN

I sin enkleste betydning er et prosjekt det samme som et forslag, det vil si noe man foreslår som løsning på en konkret problemstilling. Derav avleder vi det vi kaller problemorientert pedagogikk. Når studentene møter veilederen, er veileders første spørsmål: Hva er problemstillingen? Prosjektets formål er å få svar på spørsmålet som problemstillingen reiser. Som regel er det en konkret og avgrenset oppgave studentene skal løse, og prosjektet bedømmes ut fra hvordan studentene har klart å løse oppgaven.

Går vi nå tilbake til dette underkapitlets overskrift: *Vår strategi for læring*, så er det nettopp prosjektoppgavens formål som er vår læringsstrategi. Studentene skal løse en konkret oppgave hvor kurssets faglitteratur skal anvendes. Dermed vil studentenes kvalifikasjoner utvikles optimalt. Studentene kvalifiserer seg gjennom å løse konkrete problemstillinger, og de blir «tvunget» til å lese og anvende pensumlitteraturen for at prosjektet skal bli «sertifisert» av sensorene.

Motsatsen til denne læringsformen er at studentene utelukkende skal reproducere den kunnskapen de har fått inn i sine hoder ved å lese pensum og gå på forelesninger. En slik strategi for læring sikrer selvfølgelig at det bare er den hjernelagrede kunnskapen som blir testet under eksamen. Studentene får ikke bruke (forelesnings-)notater og bøker som man har tilgang til i arbeidslivet når oppgaver skal



Førsteamanuensis og studieveileder i bachelor interiør, Jarle M. Fotland, i aksjon.

løses. Tanken bak denne evalueringsmodellen er at studentenes hjerner skal fylles med kunnskaper, og at ingen slipper igjennom eksamen før de har bevist at disse kunnskapene faktisk finnes i hjernen til den enkelte student. Ved slike evalueringer oppfattes hjernen som en bankboks, og kunnskap er den verdi som høyskolen kan legge i bankboksen.

Å SITTE I KLASSEROMMET, PÅ FORELESNINGER OG PÅ LESESALER OG LYTT OG LESE ER IKKE EN EFFEKTIV MÅTE Å LÆRE PÅ

Vi prøver å kombinere de to evalueringsformene. Studentene må løse problemstillinger i grupper på inntil tre personer. For å kunne differensiere karakterene til studentene som har arbeidet sammen om prosjektoppgaven, gjennomfører vi individuelle eksamener uten hjelpemidler. Vi tror at den klassiske universitetspedagogikken er inef-

ektiv. Det å sitte i klasserommet, på forelesninger og på lesesaler og lytte og lese er ikke en effektiv måte å lære på. Vi tror mer på den studieformen som baserer seg på prosjektoppgaver, avgrensede problemstillinger, teamarbeid og interaksjon mellom studenter og mellom studenter og veileder.

Ved å kombinere teori og praksis i undervisningen mener vi studentene våre står sterkere når de møter utfordringer i arbeidslivet. Skal vi produsere anvendbare kvalifikasjoner og høyne kvalifikasjonsnivået til studentene, trengs det både forskningsbasert og erfaringsbasert undervisning. Derfor ansetter vi både forskere og praktikere i fagstaben. Kunnskap er ikke noe som ligger foran studentene som enten praksis eller teori, metode, empiri og analyse. Vår pedagogiske oppgave er å gi studentene prosjektoppgaver som lærer dem å flette alt dette sammen til virkelighet.

Utfordringen vår er at kunnskap er oppstykket, delt og splittet. Vår mellomstore høyskole (4 000 studenter) beskjeftiger seg i dag med fag som forbrukeratferd, sykdomslære, fysiologi, psykologi, helse, pedagogikk, arkitektur, vitenskapsteori, sosiologi, design, økonomi, ledelse, metode, markedsføring, statistikk, kreativitet, antropologi og mye, mye mer. Alt dette er splittet opp i rundt 170 forskjellige kurs.

Slik sett er verden et puslespill der hver disiplin har en bit. Likevel mener vi at virkeligheten består av saker og ting og utfordringer som går på tvers av fakulteter, institutter, disipliner, emner og kurs. Vi prøver så godt vi kan å få verden til å henge sammen gjennom de prosjektoppgavene og problemstillingene vi gir studentene.



Høyskolen Campus Kristiania - Ernst G. Mortensen stiftelse - 100 ÅR

Høyskolen Campus Kristiania - Ernst G. Mortensen stiftelse - 100 ÅR

JOHANNES GATE 24

JOHANNES GATE 24



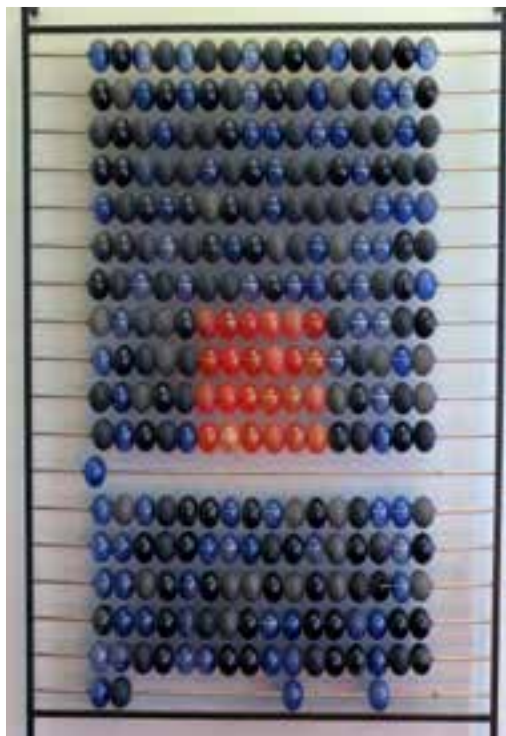
Regionale studiesteder

Det er over 4 000 heltidsstudenter ved Høyskolen Campus Kristiania. Disse er spredt på Norges fire største studentbyer, Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger. I hundre år har det vært høyskolens grunn tanke å tilby utdanning og kompetanse som gir flest mulig mennesker anledning til å ta utdanning. I praksis betyr det vi også tilbyr våre mest populære studier utenfor Oslo.

Vårt distribuerte nettverk gir dessuten positive økonomiske, sosiale og kulturelle ringvirkninger for hele høyskolen, også i de byene CK er til stede. Dette skjer ved at vi bygger opp fagmiljøer rundt studietilbudene i Bergen, Trondheim og Stavanger. Det er med på å gi mange mennesker muligheten til å ta utdanning der de er bosatt. Små studiesteder har store fordeler, blant annet fordi små klasser og klasserom gir en unik faglig-pedagogisk nærhet. Nærhet vet vi bidrar til gode og hyggelige læringsmiljøer og stabil rekruttering. Dessuten tilfører det byene kvalifisert arbeidskraft.

Alle våre studiesteder ligger sentralt plassert i byene slik at studentene kan dra nytte av det store service- og kulturtilbudet som finnes der. Det skal være korte avstander for å skape et studie og fagmiljø som er spennende og attraktivt.

Lokalene til Høyskolen Campus Kristiania ligger midt i sentrum av Oslo. De består av flere bygg som har flere tusen besøkende hver dag.



Glasskunst laget av Maud Bugge Gjeruldsen.



Maleriet er malt av Tor Arne Moen.

■ HØYSKOLEN CAMPUS KRISTIANIA OSLO

Midt i Oslo sentrum holder Høyskolen Campus Kristiania (CK) til i historiske lokaler fra 1924. Bygget var tidligere DnCs hovedkontor, men er i dag et topp moderne undervisningsbygg.

Det er i Oslo sentraladministrasjonen, fakultetene og instituttene er, selv om vi også har faglig- og



Kunstneren bak dette maleriet er Paivo Lakso.

administrativt tilsatte i Bergen, Trondheim og Stavanger. I Oslo tilbyr vi hele studietilbudet, det vil si to masterstudier, seksten bachelorstudier, tretten fagskolestudier og en årsenhet i medisin. I tillegg er alle fellesavdelingene plassert i Oslo.

LOKALER PÅ 25 000 M², MIDT I SENTRUM

Campusen vår i Oslo rommer ikke mindre enn 50 klasserom, ti auditorier, behandlingsrom, studentklinik, laboratorier, studioer, tegnesal, leseplasser, mange hundre studentarbeidsplasser, studentkantine, kaffebar, bokhandel og mye, mye mer som er fordelt på 25 000 m². Bare biblioteket (som vi kaller læringscenteret) er på hele 2 300 m².

Skolen ligger i umiddelbar nærhet til alt en hovedstad kan by på av kulturelle, forretningsmessige og sosiale aktiviteter. Fra skolebygget er det kort vei til alt, og studentene våre er en del av bymiljøet. Siden vi er en høyskole som er lokalisert midt i sentrum av hovedstaden, er det lettere for oss enn de fleste andre høyskoler i landet å trekke inn gjesteforelesere fra næringsliv, kulturliv og politikk.

Siden flere og flere studenter velger å studere ved CK – for tredje år på rad har flere av fakultetene hatt søkerrekord – ble det nødvendig å skaffe flere undervisningslokaler. For å ta vare på fortrinnet vårt om nærhet måtte vi derfor skaffe flere klasserom i nærområdet. Det førte til at vi i 2012 leide lokaler i Prinsens gate 7–9, og nye lokaler ble kjøpt opp i Kirkegata 20.

KUNSTNERISK UTSMYKNING

Administrerende direktør Solfrid Lind er opptatt av at studentene og medarbeiderne skal omgi seg med inspirerende kunst. Undervisningsbygget er derfor rikelig utsmykket med over hundre kunstverk fra mange anerkjente kunstnere. Studentene ved høyskolen har også bidratt med kunstnerisk utsmykning gjennom årene. Når man har tilgang på både faglig kompetanse og studenter som studerer design, interiør, illustrasjon, foto og interaksjonsdesign, er veien til kreativ utforming kort i høyskolen. Det preges våre vegger av.

PRAKSISNÆR UNDERVISNING

Fakultetene er opptatt av å være praksisnære, at det skal være kort vei mellom teori og praksis. Derfor blir et stort antall bedrifter og organisasjoner trukket inn i undervisningen for å presentere cases, holde forelesninger, og ikke minst, for å diskutere fag med våre faglige ansatte og jakte på talentfulle studenter. Vårsemesteret 2014 hadde spesialiseringsklassen Reklame og Visuell kommunikasjon besøk av NHO Service. Dag Inge Fjeld beskriver besøket på følgende måte:

«I kurset prøver vi å speile hvordan en innsiktsavdeling i et reklamebyrå jobber, eller hvordan en markedsavdeling jobber i forkant av en brief til et reklamebyrå. Jeg har jobbet med/i reklamebyrå i 20 år, så jeg kjenner godt prosessen, og hvordan den gjennomføres. Alle bedrifter som skal oppnå konkurransefortrinn, må ha et differensiert løfte. Dette løftet må baseres på innsikt i målgrupper og en innsikt i det strategiske for bedriften.

For å forløse dette løftet må man jobbe kreativt, og alle kreative løfter er metaforiske og semiotiske. Derfor er gruppeeksamenen lagt opp slik at vi først jobber gjennom standard markeds-kommunikasjon, men så legger vi på det som bare innsiktsfolk konsentrerer seg om, den ene setningen og dramatiseringen av denne. Dette er krysningen hvor markedsinnsikt og kreativitet ligger. Etter dette halvåret er målet mitt at studentene skal komme bort fra generelle floskler som alle kan sette logoen sin bak. Denne ferdigheten, å kommunisere budskap differensiert og konkret, vil bli stadig viktigere i arbeidsmarkedet fremover.»



I forbindelse med emnet «Metode innen helsekartlegging» hadde studentene i 3. klasse Fysisk aktivitet & Ernæring helsesjekk for de ansatte ved CK.



Spesialiseringfaget Reklame og visuell kommunikasjon har muntlig fremføring for administrerende direktør og viseadministrerende direktør i NHO Service.



Fotostudentene på Norges Kreative Høyskole fikk besøk av Pål Laukli. Pål Laukli er en stjernefotograf – studentene skal lære av de absolutt beste.



– Vi liker å tro at alt handler om entusiasme og godvilje. Den utstrakte tilgjengeligheten og serviceinnstillingen preger miljøet – og dermed trivselen. Fra venstre markedsadministrator Line Lousie Røen og avdelingsdirektør Axel Eikner.



Helsides oppslag i Bergensavisen, 18.8. 2003. Avdelingsdirektør Axel Eikner til venstre, rektor Trond Blindheim til høyre.

■ HØYSKOLEN CAMPUS KRISTIANIA I STUDENTBYEN BERGEN

Det var tusen grunner til at CK etablerte seg i Bergen, Vestlandets mest folkerike by. Her har vi et kompakt sentrum, sjarmerende smau, brosteinsbelagte gater, åpne plasser, pulserende uteliv, parker, og ikke minst, alle utdanningsinstitusjonene. Bergen har nesten 30 000 studenter. Mellom de syv fjell finner man en av Norges beste studentbyer. Avdelingsdirektør ved CK i Bergen, Axel Eikner, sier det slik:

«Bergen er et sted der alle er høye på seg selv, uten å bli selvhøytidelige, der man ikke blir vær-syk bare på grunn av 150 mm nedbør på et døgn, eller 96 regndager i strekk (vel, akkurat det satte oss litt på prøve), og der et lysglimt i alle ord-

ets betydninger gjør oss tilfredse en hel uke! Alt dette og mer til får man som student i Bergen ...!»

Studiestedet i Bergen er plassert i hjertet av byen, vis-à-vis Bryggen med utsikt over innseilingen og Koengen. I august 2013 flyttet skolen inn i nye lokaler i C. Sundts gate 27/33.

- 500 studenter er fordelt på 11 ulike fagskole- og høyskolestudier.
- Undervisningsbygget har kapasitet til 600 studenter.
- Bygget er på 2700 m² over fem etasjer, har 11 undervisningsrom og ett auditorium, samt foto- og filmstudio.
- Foto- og filmstudioet er oppkalt etter en tidligere fotostudent ved høyskolen, Alexander Dale Oen. Han var verdensmester, europamester, og ble Norges første olympiske sølvmedaljevinner

i svømming under OL i Beijing i 2008.

- Studiestedet har et eget lydstudio. I tillegg har studentene også tilgang til byens velkjente studio «Lydriske». Dette er en del av MADE-management, som holder til på Nøstet. Her jobber studentene med kunder, og de får nyttig erfaring med hvordan bransjen fungerer.
- I Bergen har CK seksten ansatte fagfolk og fire personer i administrative stillinger.

LEDER MED ENGASJEMENT

Direktør for skolen i Bergen er Axel Eikner. Han er en synlig og engasjert person, noe både de ansatte og studentene setter stor pris på. Kontoret hans er plassert mellom lesesalen og et klasserom slik at studentene lett skal kunne ta en prat. Han titter ofte innom forelesninger og presentasjoner for å følge med på studentenes utvikling.



– Vi ønsker at studentene skal fokusere på hvilket studium de har valgt, ikke om de går på Norges Kreative Høyskole eller Markedshøyskolen. I Bergen jobber vi for at vi skal være «One big happy CK-family».

Axel er opptatt av å legge forholdene til rette slik at alle vet hva man skal gjøre for å oppnå størst mulig læringstrykk. – Som avdelingsdirektør må jeg ha fokus både på lærerne, på studenter, og administrasjon, styring, bygg og utstyr, alt til samme tid. Da sier det seg selv at hver eneste arbeidsdag blir spennende.

STUDIEMILJØET I BERGEN

Undervisningsbygget i Bergen er tilpasset de ulike studiene. Spesielt Foto og Film har flotte fasiliteter, helt på nivå med bransjestandard. Samtidig legger studiestedet vekt på å skape godt læringsmiljø på tvers av alle studieretningene, uavhengig av om man studerer ved fagskolen eller høyskolen. Alle i Bergen jobber mot et mål om å gjøre trivselen og samholdet ved studiestedet spesielt. Tilbakemeldingen fra studentene er at de føler seg ivarettatt og sett. Bergen har til og med en trivselsmedarbeider som jobber for at alle studentene skal ha en best mulig studiehverdag.



Broren til olympisk mester i svømming Aleksander Dale Oen, Robin Dale Oen, åpnet skolens nye fotostudio, som er oppkalt etter broren. Robin er selv en habil svømmer. I tillegg sitter han i Olympiatoppen og er daglig leder for The Dale Oen.



– Jeg trodde virkelig på historiene deres, og er veldig takknemlig og glad for at studentene valgte å lage film om menneskerettigheter. Filmene kommer til å fungere som et viktig verktøy for Rafto, og det er imponerende hvor effektive filmene er, sier informasjonsleder i Raftostiftelsen, Kari Amble.

TETT PÅ ARBEIDSLIVET

Bergen har en attraktiv fagstab som kjenner regionen godt. De ansatte har et nettverk som tiltrekker seg spennende folk fra arbeidsliv og samfunnsliv, som brukes som time- og gjesteforelesere. Fagstabens sterke bånd til næringslivet har også resultert i at flere av hovedlærerne på studiene har inngått fast samarbeid med mange kjente merkenavn.

Hovedlærer ved Filmstudiet, Joar M. Klette, jobber i dag for den internasjonalt anerkjente Raftostiftelsen. Stiftelsen hedret blant annet den burmesiske frihetsforkjemperen Aung San Suu Kyi med Raftoprisen i 1990, året før hun mottok Nobels fredspris. Studentene fra film-, illustrasjons- og 3D- og animasjonsmiljøet har vært med på å utvikle kortfilmer som nå blant annet vises før utdelingen av Raftoprisen. Det

er fagmiljøet ved skolen svært stolt av. Det tverrfaglige prosjektet bestod i å lage animasjonsfilmer som tok for seg menneskerettigheter. Filmene vises både i Norge og internasjonalt, henholdsvis via YouTube, Raftos nettsider, konferanser og i undervisningssammenhenger. Filmene som ble laget, hadde som mål å få folk til å engasjere seg i menneskerettigheter. Med slagordene: «Time changes, human rights don't» og «Bryt lenken, bli med i Raftobevegelsen» traff studentene både publikum og oppdragsgiver.

Det siste året har studieleder for bachelor i grafisk design, Fredrik Refsli, bidratt for Anti Bergen og involvert Elijah Alexander Chote (fra 3D og Animasjon). Anti hadde et prosjekt med å utvikle nytt design for Festspillene i Bergen. Det var et samarbeid som fungerte godt og ble en suksess. Til nå har

Gjennom mange år har skolen i Bergen jobbet målrettet med å opparbeide seg tette relasjoner til samfunnsliv og næringsliv.

Resultatet er at høyskolen er blitt godt kjent i byen, og studentene på både fagskolen og høyskolen har tiltrukket seg mange spennende samarbeidspartnere. I Bergen er det samlet en rekke regionale og nasjonale bedrifter. Vi samarbeider blant annet med TV2, Helse Bergen, NeoLab, Adams Matkasse, Nordiske Mediedager, Politidirektoratet, Havforskningsinstituttet og Raftostiftelsen, for å nevne noen.

de blant annet fått priser som Den Gyldne Hane, Gullblyanten, Norsk Designråds pris for Visuell kommunikasjon, og de er nominert til flere priser både nasjonalt og internasjonalt.

Anti Bergen var veldig fornøyd med innsatsen til Elijah. Byrådet uttalte følgende om arbeidet hans:

«Det kom fort frem at han hadde en sterk evne til å forestille seg ferdige produkter lenge før arbeidet var påbegynt. Kunnskapen og kompetansen var imponerende, Elijah har alltid alternative løsninger samtidig som han fokuserer på hovedoppgaven. Engasjementet og arbeidsmoralen viste hans entusiasme for prosjektet, det ble ofte overtid og sene kvelder med vårt team, men han brukte tiden effektivt og presset seg selv for å oppnå gode

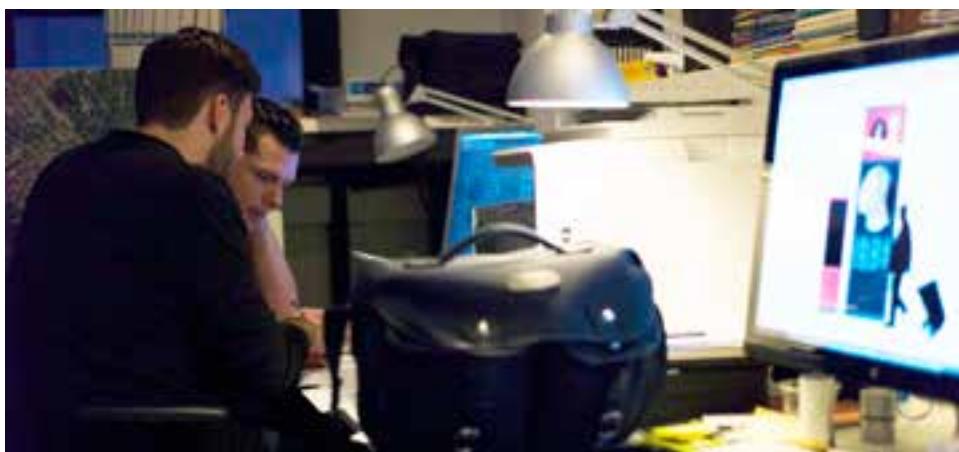


Vi ser stadig eksempler på at studenter blir inkludert i prosjekter som lærerne er engasjert i utenom CK. De siste årene har studieleder for bachelor i Grafisk design, Fredrik Refsli (som har jobbet for Anti Bergen) blant annet involvert Elijah Alexander Chote, student ved 3D og animasjon. Anti hadde et prosjekt med å utvikle nytt design til Festspillene I Bergen. Det er tydelig at dette er et samarbeid som har fungert godt - prisene tikker inn.

– Entreprenørskap er en viktig faktor, og noe vi ønsker å introdusere tidlig i studiet. Derfor har jeg stor tro på at vårt nære samarbeid med Ungt Entreprenørskap faktisk kan gjøre en forskjell, sier avdelingsdirektør i Bergen, Axel Eikner (til høyre). Her er han sammen med Inger Grete Strømme, daglig leder i Ungt Entreprenørskap Hordaland.

resultater. Som student viser han at han har et stort potensiale som en sterk og selvstendig designer, som også vil fungere i et samarbeidsmiljø. Han viser en imponerende evne til å arbeide i komplekse miljøer med 3-dimensjoner, samt innlemme 3D-modellering i det 2D-fotografiske miljøet.»

Markedskonsulent Line Louise Røen har siden høsten 2012 jobbet med å knytte bånd til næringslivet. Dette har blant annet resultert i samarbeid og avtaler med Ungt Entreprenørskap Hordaland/NHO, Salgs og Reklameforeningen, Utdanning i Bergen og UiB, Litteraturhuset og Bergen Næringsråd.



Under our art direction, Elijah was tasked with creating three unique 3D-models for use in both print and motion environments for a festival identity project. He was given only basic pencil sketches and visual mood boards to work with.

Ungt Entreprenørskap Hordaland (UE/NHO) jobber for studentbedrifter og tilbyr kurs om oppstart av studentbedrifter, enkeltmannsforetak og lignende. Studentene i Bergen har fått muligheten til å benytte seg av disse ressursene, og UE/NHO vil som en del av samarbeidet stille med veiledere og seminarer som studentene kommer til å nyte godt av. Tilbudet skal gi studentene anledning til å få ideene sine satt ut i livet.

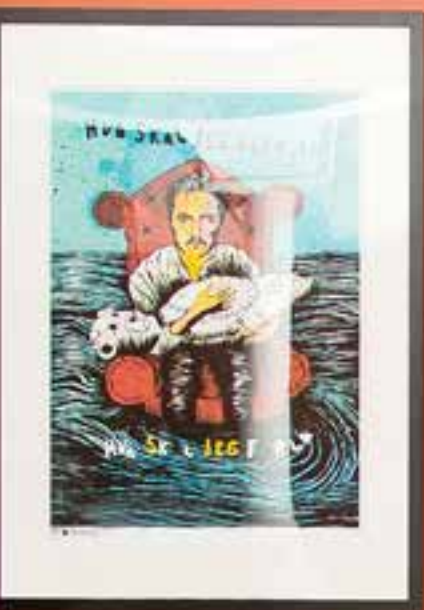
Da Litteraturhuset i Bergen ønsket å sette i stand rullerende utstillinger i stedet for å investere i kunst,

lot de studenter ved CK Bergen stille ut sine prosjekter. Som om dette ikke var nok, fikk tre illustrasjonsstudenter (Fredrik Slåen, Bjørge Larsen og Martha Amalie Kambestad) stille ut egne arbeider der.

Studentene laget tre arbeider som hver skulle portrettere en forfatter. De sto fritt i sine tolkninger. De kunne legge vekt på stemninger og bruke sitater og referanser fra bøkene. Martha Amalie Kambestad valgte Frode Grytten fordi hun selv er fra et lite sted i nærheten av Odda, der Grytten vok-

ste opp. Odda er et industristed, og det er her hun hentet inspirasjon fra. Bjørge Larsen valgte også sin forfatter av geografiske grunner, en fra hans egen hjembygd. Bjørge kommer fra Dale i Sunnfjord, samme sted som Jakob Sande vokste opp. Av den grunn var valget enkelt. Fredrik Slåen valgte forfatteren Pedro Carmona-Alvarez. Dette kom først og fremst av én grunn – han hadde bart!

De tre studentene er overbeviste om at det ikke bare var konkurransen som drev dem, men at oppgaven også var spennende og givende. Fra venstre: Fredrik Slåen, Bjørge Larsen og Martha Amalie Kambestad. Nivået på bidragene var høyt, men ifølge illustrasjonslærerne Håkon Lystad og Gustav Kvaal var de tre soleklare vinnere.





På 3 000 m² fordelt over fem etasjer kan studenter og ansatte ta del i en studiehverdag sammen med mange hyggelige medstudenter og dyktige lærere med hjerte for faget.

■ HØYSKOLEN CAMPUS KRISTIANIA I STUDENTBYEN TRONDHEIM

«Trondhjemmerne» er glødende patrioter, og sverger på at Trondheim er Norges beste studentby. Det er ikke noe som bare sies her i Trondheim, men i hele Norge», sier avdelingsdirektør Laila Olsen.

Studiestedet i Trondheim holder til i en av byens gamle og verdifulle bryggerekker langs Nidelva, i Kjøpmannsgata 61, 63 og 65. Trondheim tilbyr ti kreative fagskoleutdanninger, og fra høsten 2014 vil skolen også tilby høyskolestudier.

Skolen har et nært samarbeid med næringslivet og relevante bransjer i byen. Dette er en viktig faktor for utvikling av studiemiljøet og læringsmiljøet. Bransjens tilbakemeldinger etter å ha samarbeidet med studentene og faglig stab er positive. De er imponerte over de praktiske ferdighetene til studentene.

HVA ER SPESIELT MED TRONDHEIM?

Studentenes ferdigheter har gitt skolen nasjonal oppmerksomhet: I 2014 gjennomførte skolen et prosjekt om «hvordan led ser ut». Her presenterte musikkstudenten Mathilde Frøystad hele konseptet, mens filmstudent Linda Tollan Berntsen produserte en tv-reportasje. Filmstudenten hadde praksis i NRK, og reportasjen ble vist TV-seere i hele landet på Dagsrevyen. Dette vist til også noe av det tverrfaglige samarbeidet som foregår i Trondheim. Film, foto, interiør, 3D, reklame, web- og interaksjonsdesign jobber på tvers av fagene så ofte det lar seg gjøre.



Hvert år deltar fotostudentene i Trondheim på bransjens viktigste møtested, Nordic Light Event i Kristiansund. Hele tre år på rad har studenter fra Norges Kreative Høyskole fått prisen «Coming star», og dermed blitt kåret til årets fotostudent. I 2013 var det Stine Rebekka Røstad som stakk av med prisen og ble premiert med egen utstilling og foredrag på årets Nordic Light.



Bruce Dickinson fra Iron Maiden: – Selger du et produkt, så selger du ikke bare et produkt, men også en følelse og et tillitsforhold. Hvis produktet er dårlig, så vil «fansen» svikte deg.

Å få besøk av profilerte bransjepersoner har en positiv effekt på studentene og studiemiljøet. Studiestedet i Trondheim er kjent for å trekke inn spennende lokale gjesteforelesere fra relevante bransjer. Lyddesigneren Tormod Ringnes har vært lyddesigner



Stine Rebekka Røstad, avgangsstudent ved Norges Kreative Høyskole, fikk den ærverdige tittelen «Photographic Graduate of the Year 2013» under Nordic Light International Festival of Photography.

på en lang rekke norske og skandinaviske filmer, og vunnet Amandaprisen tre ganger for beste lyddesign, blant annet for Max Manus. Vi er veldig stolte over at han tar seg tid til å dele sin innsikt og erfaring fra spennende produksjoner med studentene.

I 2014 fikk studentene et eksklusivt møte med den verdensberømte stjernen Bruce Dickinson fra rockebandet Iron Maiden. Han inspirerte studentene ved å snakke om menneskelige relasjoner for å skape business og gode produkter.



Sandra Steffensen gikk helt til topps i konkurransen Sterk Reklame i Trondheim.



Hovedlærer på illustrasjon, Sandra Blikaas vant gull i kategorien illustrasjon og typografi.

SKAL BLI SETT

Et mantra i Trondheim er at studentene skal bli sett. Studentene påpeker stadig at det er lett å få kontakt med lærere på tvers av studieprogrammene, og setter stor pris på den nære kontakten de har med sine egne lærere. Studentene har følelsen av å bli sett og hørt, og de sier selv at de føler seg som noe mer enn et nummer i rekken.

Lærerne engasjerer seg i studentene, ikke bare i løpet av studietiden, men også etter at de er ferdig utdannet. Mange lærere setter studentene i kontakt med bransjen. Et eksempel var da en av hovedlærerne her i Trondheim hjalp den prisvinnende studenten Sandra Steffensen med å få jobb hos det digitale kommunikasjonsbyrået Headspin.

Samtidig har studentene et flott fellesskap på skolen, og de hjelper hverandre med både skoleprosjekter og private prosjekter. Dette er også en kultur lærerne deler. Dørene er alltid åpne, og det skal ikke mye til for at flere lærere slår seg sammen om et prosjekt.

Lærerne har et brennende engasjement for faget sitt, og dette smitter over på studentene. Den årlige konkurransen Sterk Reklame er et godt eksempel på dette. Flere av lærerne fikk priser og utmerkelse for sitt arbeid.

Workshops både på og utenfor skolen er en aktivitet vi i Trondheim brenner for. Dette har vist seg å være en stor suksess, både for studentene som har deltatt på workshopene, men også for skolens omdømme blant lærere på videregående skoler. Skolen har allerede sett at dette er en nyttig aktivitet som har fått studenter til å starte ved Norges Kreative Høyskole. Samtidig er dette et opplegg som krever samarbeid på tvers av studieprogrammene, og det er med på å bygge opp motivasjon og fellesskapsfølelse til alle ansatte.

På samme måte som dørene er åpne for lærerne imellom, er de også åpne for studentene. Skolen får tilbakemeldinger fra studentene om at de har god kontakt med både de faglig og de administrativt ansatte.

Alexander Schei, som betjener resepsjonen, har et nært forhold til studentene, og er stort sett på fornavn med de fleste. Hege Wang er en smilende studiekonsulent som alltid har gode råd å gi. Stian Ulveraker passer også godt på studentene, og legger til rette for en god studiehverdag. Avdelingsdirektør Laila Olsen er høyt respektert blant studenter og ansatte, og studentene kommer gjerne innom for råd eller tips. Det at man møter åpne dører hvor enn man går, skaper et godt fellesskap blant lærere og studenter.

Flere ansatte peker også på at det mangfoldet skolen har i Trondheim, er en viktig faktor for utvikling og læring. Den eldre garde har mye kunnskap og erfaring og fungerer som kontinuitetsbærere. De yngre og nyutdannede kommer med friske innspill og vet hva ungdommen i dag tenker og forventer.



Hovedlærer på foto, Hans Edward Hammonds (til høyre), og Tord Paulsen.

■ HØYSKOLEN CAMPUS KRISTIANIA I OLJEBYEN STAVANGER

Avgangsutstillingen til Norges Kreative Høyskole i Stavanger åpnet 21. mai 2014 klokken 19.00 i Agapes gamle lokaler i Kannikgården. 13. juni 2014 stengte skolen i Stavanger, så dette var den siste avgangsutstillingen. Her hadde studenter fra fagskolestudiene grafisk design, reklame, foto, interiør og journalistikk brukt sine kreative ferdigheter og kommet opp med sine beste verk etter to år ved skolen. Utstillingen rommet alt fra fotografier av landskap, portretter av inspirerende mennesker og videosnutter til grafiske nyvinninger og interiørdesign. Studentene hadde samlet selve essensen av hva deres studier på NKH hadde bydd på, og satt det opp innenfor lokalets fire vegger.

Stavanger regnes i dag som sentrum for oljeindustrien i Norge, og er en av Europas energihovedsteder. Derfor omtales byen ofte som oljehovedstaden. Forus Næringspark er en av landets største næringsparker med 2 500 bedrifter og nærmere 40 000 arbeidsplasser. Dessverre er det ikke et tilstrekkelig marked for å drive med kreative utdanninger. Dette er et tap for Stavanger, mener avdelingsdirektør Johan Vesteraas.



Magne Brunstad (til høyre) er første student som etablerer studentbyrå i Stavanger, som senere ble til et aksjeselskap. Til venstre sitter Anki Chinkot.

Det er en god blanding, og alt er veldig kult, forteller mannen med overoppsynet for utstillingen, hovedlærer på foto, Hans Edward Hammonds. Målet til de fleste utstillerne var å vise frem deres beste side i håp om å bli oppdaget av inviterede byråer, bedrifter og talentspeidere.



Mars 2013 besluttet CK å legge ned studiestedet i Stavanger etter at skolen i flere år hadde slitt med å oppnå tilstrekkelig studentgrunnlag.

STUDENTBEDRIFT

Dette gjaldt også for de fem reklamestudentene som i januar startet opp den eneste studentbedriften i Stavanger, Sandkassen Reklame. Foreløpig har de hatt oppdrag fra blant annet Lervig ølbryggeri og Døgnvill Burger, og nå er kalenderen så fullbooket at de har oppdrag frem til sensommeren. En av gründerne, Magne Brunstad, forteller at de til sommeren vil bli det første studentbyrået i Stavanger som blir til et aksjeselskap, og at byrået skal fortsette driften som det gjør i dag.

– Akkurat nå holder vi på med å skrive mange kontrakter, og vi har nesten fylt opp hele sommeren med jobber. Det vil bli beinhard jobbing, forklarer den energiske Brunstad. Til utstillingen har Sandkassen Reklame valgt å stille ut seks garderobeesker, en for hvert medlem av byrået. Alle har hvert

sitt navn og hver sin tittel på eskene, og dersom man kikker inni, kan man se hva som karakteriserer hvert enkelt medlem. Meningen med dette var, ifølge Brunstad, å fremstille gjengen på en kul måte.

– Man må ikke alltid være utenfor boksen, sier han om de seks boksene som står midt på gulvet i lokallet, og fortsetter: – Det vi har tenkt på med denne utstillingen, er å vise hvordan vi jobber. I tillegg har vi tatt med en reklamefilm vi har laget, som ble en relativt stor suksess, sier han.

Sandkassen Reklame består i dag av nevnte Magne Brunstad, Gry Therese Hegre, June Curling, Lisa Hammerseth Andreassen, Silje Karlsen og fotograf Joakim Steinbru.



Siste avgangsutstilling ved NKH Stavanger. Fra venstre studiekonsulent Per Otto Simensen, IT-ansvarlig Jan Nilsen og avdelingsdirektør Johan Vesteraas.



Avgangsutstilling ved Norges Kreative Høyskole Stavanger.

TRIST MED NEDLEGGELSE

Rommet i Kannikgården fylles stadig mer opp, og snart er det vanskelig å bevege seg på en normal måte uten å dulte borti gud og hvermann. På disken ved inngangen kan besøkende få seg leskende drikker. Vennene og kunstelskerne Jacob Vaage, Helge Toftøy-Andersen og Åshild Nordahl vandrer rundt i lokalet og nyter kunsten med et glass med noe godt i. De er veldig imponert over hva studentene har fått til. Jacob Vaage gikk selv på Norges Kreative Høyskole i Stavanger for noen år siden, og han synes det er svært vemodig at skolen skal legges ned om noen få uker.

– Det var veldig trist at skolen legges ned. Jeg har mange gode minner fra skolen, og jeg lærte mye her. Stavanger trenger kreative læresteder. Bare se på dette, sier Vaage og peker på utstillingen til studentene ved grafisk design.

Lengst inne i rommet har studentene ved grafisk design laget den delen av rommet om til en slags «lounge» med sofa, musikk og forskjellige utstillinger. En av studentene, Simen Sædberg, har i tillegg til å stille ut sin egen kunst hatt hovedansvaret for å få til avgangsutstillingen. Det har ifølge hovedpersonen selv vært svært krevende, men han synes det er verdt det når han ser oppslutningen.

– Det har nok gått litt utover arbeid med andre skoleprosjekter, men det er en sykt god sjanse, for både meg og mine medstudenter, til å få vise oss frem for diverse firmaer. Det handler om profilering, så det er kult at det kommer såpass mange for å se, sier han.

Sædberg har i tillegg til å ha vært sjef for utstillingen stilt ut masse selv. Mens han står og forklarer tanken

bak sine prosjekter, kommer han med et lite stikk.

– Vet du hva, dette er vår siste utstilling. Se hva vi har klart å få til. Nå kan de se hva de går glipp av når de legger ned denne skolen, sier han.

Ved inngangspartiet, hvor fotostudentene har stilt ut sine egne verker, har Joachim Steinbru satt i gang flere av sansene til de besøkende: Her er det plassert et landskapsbilde i et virtuelt landskap med lyder fra naturen. Folk nyter friheten inni lokalet når de setter seg ned på stubben han har plassert på en liten gressmatte.

EGEN UTSTILLING I HAUGESUND

En annen fotografistudent, Anders Vinje, har gjort stor suksess mens han har gått på NKH. Flere oppdrag fra norske medier har gjort at han etter hvert har fått et relativt kjent navn i Stavanger. Han har



Øverst til venstre: Fotostudent Anders Vinje. Nederst fra venstre de tidligere studentene Åshild Nordahl, Helge Toftøy-Andersen og Jacob Vaage.

nylig hatt egen kunstutstilling i Haugesund, der han stilte ut bokprosjektet «Uro». Det er en emosjonell reise, hvor fotografen har brukt seg selv som modell.

– Det er dette jeg ønsker å gjøre i fremtiden. Nå satser jeg på å fortsette med utdanningen, hvor jeg tar bachelorgrad i fotokunst. Ved siden av skal jeg også holde på med egne portrett- og kunstserier. Fellesnevneren er at jeg ønsker å fange det vakre. Jeg leter etter meg selv i andre folk, og jeg fanger bilder som viser følelser, forteller Vinje.

Besøkende i lokalet bare strømmer på. Alle vil ha en siste bit av den kreative skolen i Stavanger. Ifølge studiekonsulent Per Otto Simensen slår utstillingen i Kannikgården alle tidligere rekorder ved NKH. – Det er sikkert 130 mennesker her inne, jubler han.

SKAL BLI INTERIØRARKITEKT

Per Otto Simensen, som har vært ved skolen i 14 år, synes det er svært trist at dette er siste utstilling. I en alder av 67 trer Simensen inn i pensjonistenes rekke. Han har likevel ingen planer om å ligge på sofaen og slappe av.

– Jeg er utdannet interiørarkitekt, og det ligger noen jobber og venter på meg utpå høsten. Det blir et nytt kapittel i livet mitt, og jeg gleder meg til å ta fatt, forteller han.

Interiør har også Anki Chinkhot studert de siste to årene. Hun ønsker å bruke denne utstillingen til å skape kontakter slik at hun en gang i fremtiden kan starte egen interiørbedrift sammen med kjæresten. Også Silje Henriksen ved journalistikk ønsker å studere videre. Hun har bidratt til

utstillingen med et flott maleri med sine tre beste skrevne setninger de siste årene.

Selve utstillingen begynner å gå mot slutten. Alle besøkende er svært imponert over arbeidet studentene har lagt ned i utstillingen. Det vanlige omkvedet er at de fleste hadde ønsket å beholde den kreative skolen i Engelsminnegata. Avdelingsdirektør Johan Vesteraas står og speider ut mot utstillingen en siste gang før han tar et dypt mage-drag og sier:

– Det er leit med nedleggelse, men vi ønsker å gi studentene en best mulig avslutning. Utstillingen har vært en stor suksess, med mange varierte og spennende arbeider. Noen har virkelig lagt sjela si i dette, og da må jeg særlig trekke frem utstillingsmiljøet som grafisk design har skapt.



I gamle Stavangers telefonforretning, kjent som Kanninggården, holdt Norges Kreative Høyskole til.



Per Otto Simensen var den første læreren som i 2005 mottok prisen som årets lærer.

Vesteraas skal fortsette med undervisning i Høyskolen Campus Kristiania. Nå skal han hovedsakelig pendle til de andre skolene for å undervise i markedsføring. Han kommer likevel til å savne arbeidsplassen ved skolen i Stavanger.

– Men dette var et verdig punktum, avslutter han.

HAN BLE TIDENES SISTE «ÅRETS LÆRER»

Fotolærer Hans Edward Hammonds ble kåret til siste «årets lærer» ved Norges Kreative Høyskole i Stavanger.

«Årets lærer-prisen» ved NKH ble utdelt fra 2005 til 2013. Prisen ble tildelt en lærer som gjorde en ekstra innsats, og scoret høyt på undersøkelser hos både administrasjon og studenter. Hammonds hadde to perioder ved skolen, og var godt likt blant både kollegaer og elever. Hammonds synes det var

veldig gøy å motta prisen, som han har hengt opp over peisen hjemme på Storhaug.

– Det er veldig kult at studentene setter pris på en. Nå kommer jeg til å ta med meg erfaringene fra NKH. Jeg flytter til København til høsten. Deretter skal jeg reise litt i Sør-Amerika og leve som kunstner til pengene tar slutt, ler Hammonds.

Han ser likevel ikke bort fra at han kommer tilbake til undervisningsrollen en gang i fremtiden. – Jeg kommer absolutt til å undervise igjen. Det trives jeg svært godt med, avslutter han.

Disse har mottatt prisen frem til i dag:

- Per Otto Simensen 2005
- Dag Magne Søyland 2006
- Hege Liadal 2007
- Ingund Svendsen 2008
- Paal Reeve Møller 2009
- Knut Robberstad 2010
- Tord Paulsen 2011
- Joana Taya 2012
- Hans Edvard Hammonds 2013



På generalforsamlingen til studentunionen ved Campus Kristiania samles studentene ved de forskjellige fakultetene for å fastsette vedtektene det kommende året.

Fakultetene og virksomhetene

Da stiftelsens styre vedtok å løfte institusjonsakkrediteringen fra Markedshøyskolen til stiftelsen Campus Kristiania, ble det laget en ny enhetlig styringsstruktur. I stedet for tre mer eller mindre autonome skoler med egne merkenavn, to høyskoler og én fagskole, alle med egne rektorer, ble det besluttet å organisere høyskolen etter fakultetsprinsippet. Markedshøyskolen, Norges Kreative Høyskole og Norges Helsehøyskole ble omgjort til fakulteter, ledet av dekaner (fakultetsledere), og fakultetene ble underavdelinger av Høyskolen Campus Kristiania.

I praksis driver fakultetene med det samme som før Høyskolen Campus Kristiania ble opprettet med kollegium og rektor. Det vil si at fakultetenes virksomhetsområde er undervisning, forskning, formidling og faglig-pedagogisk utviklingsarbeid. Aktivitetene styres av dekanus i samarbeid med instituttlederne som har det mer fagspesifikke ansvaret. Dekanene sitter i høyskoleledelsen, som ledes av administrerende direktør, og i kollegiet, som er høyskolens øverste faglige styringsorgan og ledes av rektor. Dekanene velges ikke, men ansettes på åremål av rektor og administrerende direktør. I dette kapitlet presenterer dekanene sine fakulteter.

I dette kapitlet presenteres også NKS Nettstudier, Aktiv Læring, Education Link og fellesavdelingene ved Høyskolen Campus Kristiania.



Fakultetsadministrasjonen ved Markedshøyskolen. Fra venstre: studiekoordinator Siri Østli Jakobsen, administrativ studieleder Marita Sanni, administrativ studieleder Stine Karlsen, administrativ studieleder Janne E. Braathen og administrativ teamleder Lora Shpak.



Fakultetsadministrasjonen ved Norges Helsehøyskole. Studiekoordinator Susanna Bakken (over) og administrasjonssjef Hallvard Johanssen.

■ FAKULTETS-ADMINISTRASJONENE

Fakultetsadministrasjonene ved Høyskolen Campus Kristiania er primærkontakt for studentene, og samarbeider tett med fagstaben. Fakultetsadministrasjonen følger opp studentene underveis i studieløpet, både individuelt og gjennom tillitsutvalget, for å sikre bra læringsmiljø og trivsel blant studentene. Vi har en åpen dør-policy, og er tilgjengelige for studentene dersom de opplever utfordringer med sin studiehverdag, trenger veiledning om fullføring av studiene, eller om de rett og slett kommer innom for en hyggelig prat.

Studieprogresjon og studentoppfølging står sentralt blant arbeidsoppgavene. Individuell oppfølging og tett dialog med de studentene som har lav studieprogresjon, er viktig for å unngå at noen faller utenfor.

Gjennom studieåret arrangerer fakultetsadministrasjonene flere aktiviteter for sine studenter, som motivasjonsseminarer, CV- og jobbsøkerkurs, kurs i studieteknikk og presentasjonsteknikk m.m. En viktig begivenhet er introduksjonsuken Into Campus for nye studenter. I samarbeid med Studentunionen jobbes det med å gi nye studenter en best

mulig start på studentlivet. Slik skapes forventninger til hva studentene vil oppleve i den tiden de er på Høyskolen Campus Kristiania. Vitnemålssemoner og avgangsutstilling er også viktige høydepunkter på fakultetene, som fakultetsadministrasjon også har ansvar for.

Selv om hovedoppgaven er å bistå studenter, har administrasjonene mye kontakt med faglig stab. Administrasjonene er bindeleddet mellom studenter og forelesere. Dette krever gode rutiner og tett samarbeid.



Fakultetsadministrasjonen ved Norges Kreative Høyskole. Fra venstre: Administrativ teamleder Camilla Hørthe, administrativ studieleder Marit Eriksen (over) og administrativ studieleder Linda Bakken.



Hvert fakultet har en fagstabsrådgiver som har som primære arbeidsoppgaver å bistå dekan og fakultetet i administrasjon, planlegging, gjennomføring og oppfølging av fagstabsrelaterte saker.

Fra venstre: fagstabsrådgiver ved Markedshøyskolen Beate Christensen Marit Stemmer Ziener (i permisjon), fagstabsrådgiver ved Norges Kreative Høyskole Benedicte Blom og fagstabsrådgiver ved Norges Helsehøyskole Therese Foldvik.



Markedshøyskolen

Campus Kristiania

MARKEDSHØYSKOLEN

Erling Dokk Holm, dekan

Midt i sentrum av Oslo ligger Markedshøyskolen. Vi er et fakultet som retter særlig oppmerksomhet mot praktisk undervisning og nærhet til studentene. Totalt er det i Oslo i dag 1938 studenter som kommer til våre forelesninger. Med hjelp fra 57 faste, faglige medarbeidere, og nesten like mange timeforelesere, klarer vi å opprettholde et godt læringsmiljø, slik at våre studenter blir best på sitt eget fagfelt.



Førsteamanuensis Erling Dokk Holm er dekan ved fakultetet Markedshøyskolen.

Våre studier har fokus på bedriftsøkonomiske fag, men vi prøver å holde et samfunnsvitenskapelig grep på den faglig-pedagogiske tilnærmingen. I et nært samspill mellom studenter og forelesere utvikler vi kompetanse sammen. Storparten av våre forelesninger og vår undervisning skjer i mindre klasserom og grupper, men fellesfagene foreleser vi i et auditorium hvor vi kan slå sammen klasser. Vi tror at dialogen mellom studenter og forelesere er viktig, den bidrar til å gjøre begge partene gode.

ANTALL STUDENTER: **1 938**

ANTALL GJENNOMFØRTE STUDIEPOENG: **87 990**

ANTALL STUDIEPROGRAM: **9**

UNDERVISNINGSTIMER: **7 268**

KJØNNSFORDELING: **1 263 kvinner og 675 menn**

ANSATTE: **57 faglige og 5 administrative**

ANTALL NYE STUDENTER: **947**

Våre viktigste oppgaver som høyskole er undervisning, forskning og formidling. Forskningen, både den vi gjør selv og den det refereres til i lærebøker, er grunnleggende for kvaliteten på undervisningen. Det å ha et aktivt forskningsmiljø innen våre fagområder sikrer at undervisningen er aktuell og relevant. Rekruttering av faglige medarbeidere er derfor en lang prosess: Vi ønsker å ha trygghet for at de som vi ansetter, holder høy pedagogisk kvalitet, har praktisk erfaring og kan vise til gode forskningsresultater.

Det er viktig å vise frem Markedshøyskolen for omgivelsene, og da er samfunnsdebatt en gyllen mulighet. Det er grunnen til at vi gjerne ansetter faglig sterke personer og meningsbærere, gjerne litt kontroversielle, fordi de klarer å skape debatt i hverdagen. Derfor er «taket» på Markedshøyskolen høyere enn på

andre private høyskoler, noe vi er avhengige av for å gi mulighetsrom for alle de faglig ansatte og forelesere.

GRUNNMUREN BLE BYGGET PÅ REISELIV

Stopper vi opp og ser oss tilbake, så har fotsporene våre blitt betraktelig større i løpet av de siste årene. Veien vi har gått, fra å være en liten høyskole til å bli en av de fire store aktørene i Oslo, har gjort oss modigere. Vi er best på markedsføring i Norge fordi vi har de aller største personlighetene innen markedsforskning og formidling.

Grunnmuren ble imidlertid bygget på reiselivs- og hotellstudiet. Som kjent er reiselivsnæringens aller viktigste oppgave å markedsføre seg for å tiltrekke seg kunder. Derfor kan vi si at reiselivs- og hotellstudiet – som kom med Reiselivshøyskolen – skapte mulighetene til å etablere både markeds-



Nærhet mellom foreleser og student er viktig på Markedshøyskolen. Ved å ha klasser på 60 studenter oppnås god kommunikasjon og større læringsutbytte.

føringsstudier og studier innen ledelse, salg, innovasjon, og etter hvert service og PR.

Det å være først ute med tilbud som samfunnet trenger, er vår styrke. Vi har skapt vår identitet, men vi velger alltid å tro at vi er i startgropa. Forelesere og ansatte slår seg aldri til ro, for de vet like godt som alle andre at det å tenke nytt gjør oss best.

For å kunne tilby studier innen forskjellige fagfelt kreves det forelesere som er eksperter på sine fagområder. Når du setter alle ekspertene rundt samme lunsjbord, oppstår det alltid gode konflikter. For alle har egne meninger, og slik kommer det alltid til å være. Selv om grunnmuren er markedsføring, tilbyr vi mange andre studier som er spennende og attraktive for studentene våre, for næringslivet og for samfunnet.



Fra venstre: Førsteamanuensis Sharam Alghasi, førstelektor Elin Ærjasæter, førstelektor Helene Sætersdal, førstelektor Jan-Kåre Baumann, professor Tore Mysen, førsteamanuensis Nicholas Ind, førstelektor Patrick Verde, professor Bent Sofus Tranøy og førstelektor Øystein Pedersen Dahlen.



Professor Tore Mysen (til høyre) ga ut ny bok om Internasjonal markedsføring og relasjonsledelse. Bildet er tatt da boken kom fra trykkeriet. Fra venstre: Professor Lars Erling Olsen, høyskolelektor Erik Mehl og fagstabsrådgiver Beate Christensen.

Bachelorstudiene har så langt vært flaggskipet vårt, men som nevnt er vi alltid i startgropa og vil videre. Derfor tilbyr vi også masterstudier.

Vårt løfte til masterstudentene er små klasser. Derfor tas det bare opp 40 studenter på våre masterstudier. Våre masterstudier er ikke et hvilket som helst studium. Som vår administrative teamleder, Lora Shpak, sier: Det er en livsstil. Enten er du med eller ikke.

Studenter som velger å gjennomføre masterstudier hos oss, skal være blant de beste på markedet. Derfor er høye krav fra begge parter viktig. Når kontordørene til foreleserne alltid står åpne, er det med en forventning om at studentene kommer innom. Samtaler med studenter er viktig, og kommer alltid til å være det. Derfor må faglig stab regne med

Markedshøyskolen tilbyr åtte bachelorstudier:

- Markedsføring og merkevareledelse
- Reiselivsledelse
- HR og personalledelse
- Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling
- Markedsføring og salgsledelse
- Hotelledelse
- PR og samfunnspåvirkning
- Ledelse og servicestrategi



I 2010 etablerte førsteamanuensis Rune Bjerke MH68°nord. Her kombineres teoretisk undervisning med praktisk gjennomføring i kurset Event Management. MH68°nord er et enestående fagpedagogisk konsept i Norge. Det har blitt arrangert to ganger i Lofoten, én gang i Geiranger og i Italia.

å bli forstyrret, uavhengig av tidspunkt. Fornøyde studenter er en kritisk viktig faktor for å skape en god høyskole. Og uten studenter, hva er vel en høyskole?

Vi har gjort mye riktig for at studentene skal trives på Markedshøyskolen. I 2013 ble det gjort en undersøkelse som målte hvilke læresteder som hadde de mest fornøyde studentene. Markedshøyskolen gikk helt til topps sammen med Norges Handelshøyskole og Steinerhøyskolen. Blant mye annet er tilrettelegging for forelesere en viktig del av arbeidet.

MORE IS LESS

More is less, or less is more? Valgfag og utveksling er viktig for oss da vi har muligheten til å gi studentene spisskompetanse innenfor et valgt emne. For når vi har friheten til å kunne velge blant de mest kompetente foreleserne i Norge, er det vanskelig å ekskludere få emner blant mange. For vi tror at mange muligheter gjør det lettere for studentene å finne ut hva de vil. Grunnen er at hvert emne blir ansett som en ny vei å gå innen utdanningen – vi har 10 forskjellige valgfag som studentene kan velge mellom:

- Bedriftsøkonomisk analyse
- Digital markedsføring
- Endringsledelse og innovasjon
- Event Management

- Internasjonal markedsføring
- International Business Communication
- Ledelse og personlig lederskap
- Bærekraftig markedsføring
- Varehandelsledelse
- Reklame og visuell kommunikasjon

Engasjerte og motiverende forelesere er oppskriften på at valgfagene skal bety noe ekstra. På Campus Kristiania har vi fire kjerneverdier: Vi skal være ambisiøse, praksisnære, kreative og tolerante.

Rune Bjerke, som er faglig studieveileder på valgfaget Event Management, har alle verdiene pluss litt til. Det finnes ikke grenser for hvor mye tillit han gir studentene. Store drømmer og høye mål er noe studentene har når de begynner på valgfaget. Det at Rune har *store drømmer og høye mål* gjør nok at presset øker betraktelig. For det å gi studentene et konsept og en forretningsidé som skal virkeliggjøres, er nettopp det vi er opptatt av – å lære i beste praksis. MH68°nord er et eksempel på det.

Teorien skal ikke glemmes, men som alltid er det noen som foretrekker kaffe fremfor te. Det samme gjelder teori fremfor praksis. Derfor tilbys begge deler, for det å være tolerant er viktig, da sterke personligheter ikke bare kan skape konflikter, men også komme til enighet.

LESS IS MORE?

Det å være student kan oppfattes som en tilstand der nye opplevelser skal skapes, de som skal gi minner for livet. Enkelte synes kanskje det å begynne hos oss er spennende, men for andre handler studenttilværelsen om å reise internasjonalt.

Å arbeide for å internasjonalisere Markedshøyskolen har alltid vært, og kommer til å være, en viktig brikke i våre fremtidsplaner. For vi må ikke stoppe opp, og si oss fornøyde med å være best nasjonalt. For det gjør ikke studentene eller forelesere. Derfor er det vårt ansvar, til enhver tid, å innhente morgendagens studier.

Markedshøyskolens internasjonale kontor har opprettet samarbeid i flere land, og vi er medlem i Erasmus. Derfor kan vi gi våre studenter muligheter til å få internasjonal erfaring i studietiden. Våre samarbeidspartnere i utlandet er:

- Berkeley – USA
- Honolulu – Hawaii
- Brisbane – Australia
- Melbourne – Australia
- Hertfordshire – England
- Ho Chi Minh – Vietnam

I tiden som kommer, er det viktig å fortsette det gode internasjonale samarbeidet. Vi ønsker både innvekslings- og utvekslingsstudenter.



Victoria Skarphagen dro på utveksling til England for å få internasjonale perspektiver innen HR.



Norges Kreative Høyskole

Campus Kristiania

■ NORGES KREATIVE HØYSKOLE

Tine Widerøe, dekan

Norges Kreative Høyskole er landets største og mest kjente utdanningsinstitusjon innen kreative fag. Skolen har gjennom et kvart århundre gjennomgått en formidabel utvikling og utdanner i dag kandidater innen design-, medier- og kommunikasjonsfag til et bredt spekter av bedrifter i norsk næringsliv.



Tine Widerøe er dekan ved Norges Kreative Høyskole.

Spør du studentene hva de setter mest pris på ved skolen, trekker de frem de dyktige fagpersonene som hver dag gir dem faglig utvikling, støtte og spennende utfordringer. NKH har et bredt og spennende fagmiljø. Fotografer, journalister, filmskapere, animatører, designere og forfattere bidrar alle til at våre studenter får den utdanningen næringslivet etterspør.

ANTALL STUDENTER: **1 557**

ANTALL GJENNOMFØRE STUDIEPOENG: **4 778**

ANTALL STUDIEPROGRAM: **14**

UNDERVISNINGSTIMER: **17 021**

KJØNNSFORDELING: **977 kvinner og 550 menn**

ANSATTE: **62 faglige og 12 administrative**

ANTALL NYE STUDENTER: **770**

UTDANNINGENS INNHOLD OG MÅL

En utdanning på Norges Kreative Høyskole går over ett, to eller tre år, og er praktisk rettet mot hverdagen studentene møter når de skal ut i jobb.

Studentene lærer å beherske kreative metoder og verktøy, og jobber tverrfaglig med andre studieretninger. På NKH tilbyr vi 12 fagskolestudier og 4 bachelorstudier i 2014. Flesteparten av våre fagskolestudier går over to år, og gir 120 fagskolepoeng. Vi tilbyr også ettårige studier, som gir 60 fagskolepoeng. En bachelorgrad går over tre år, og gir 180 studiepoeng.

Målet med utdanningene er at studentene skal utvikle kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse som gjør dem i stand til å produsere tidsriktige og relevante produkter og tjenester tilpasset ulike mål- og brukergrupper. Vi legger også mer og mer vekt på bærekraftighet i fagene våre.

Et bachelorstudium er forskningsbasert, og man får en større teoretisk og akademisk tilnærming til fagene. Samtidig er det også svært sentralt i studiene at man jobber praktisk med faget, og at man må ha refleksjon rundt stoffet man leser og oppgavene man arbeider med. En av de viktigste forskjellene fra andre bachelorstudier er vår forankring i landets største kreative studentmiljø.

PRAKTISK JOBBING FRA FØRSTE DAG

Studentene ved NKH lærer å jobbe praktisk med teknikker og metoder for å gjennomføre og formidle kreative ideer, som igjen blir til konsepter og innhold for en arbeidsgivers kommunikasjon. Studentene tilegner seg en proaktiv holdning med et strategisk blikk for nytteverdien av forskjellige former for kommunikasjon, det være seg et bilde, et design, en tekst eller et interiør. Alt kommuniserer!

NKH har som mål å undervise i de nyeste trendene, samtidig som vi understreker hvor viktig det er å ha kjennskap til solide grunnprinsipper. Evnen til å jobbe i team, og prosesser knyttet til samarbeid og prosessforståelse, går som en rød tråd gjennom all vår emnebaserte undervisning. Prosjektarbeid er også gjennomgående i utdanningene våre. Studentene ved NKH opparbeider seg en solid kompetanse knyttet til deltakelse i, og ledelse av, større og mindre prosjekter.

STUDENTENES KOMPETANSE

Bedrifter som inngår i det som ofte omtales som kreative næringer, er en voksende del av det moderne næringslivet. Bedrifter som ønsker å utvikle nye tilbud eller profilere seg bedre, trenger svært ofte nye og bedre virkemidler for å nå frem til kundene. Videreutvikling av egne konsepter krever ofte nye og kreative innfallsvinkler. Vi ser derfor i økende grad at bedrifter søker hjelp fra eksterne miljøer for å kommunisere bedre. Initiativrike, kreative, faglig sterke, selvstendige og leveringsdyktige mennesker er det behov for i alle bedrifter.

Studenter som går på NKH, får så mye praktisk erfaring at de kan gå rett ut i jobb etter utdanningen. Etter endt utdanning vil studentene kunne spille en sentral rolle som kommunikatør, produsent og ressursperson i alle former for kreative team i ulike bransjer. Mange av studentene våre velger også å starte for seg selv.

VÅR PEDAGOGIKK

Ved Norges Kreative Høyskole har vi en praktisk og prosessorientert tilnærming til undervisningen. Klassene hos oss er små, og lærerne får en tett og personlig kontakt med hver student. Når studentene jobber med oppgaver og case fra idé til skisse, via flere utkast til endelig produkt, kan både lærer og student vurdere hele læringsprosessen på en god måte. Læreren får et bedre grunnlag for å gi konkrete tilbakemeldinger, og for å gi en bedre bedømmelse av arbeidet til studenten.

Læring er en kontinuerlig prosess. Alle lærer på sin egen måte og alle har individuelle forutsetninger for å lære. Derfor har NKH varierte undervisningsmetoder som blant annet forelesninger, veiledning i grupper, gruppearbeid, diskusjoner, innlegg og presentasjon i større eller mindre grup-



Kombinasjonen av praktisk jobbing og undervisning fører til at studentene får høy kompetanse. Studentene er interessert i å lære. Derfor er det vanlig å finne studenter på skolen til enhver tid. Førsteamanuensis Carl-Erik Grimstad i aksjon (nederst høyre).

per og verksteder. I tillegg jobber studentene både individuelt og i grupper. Lærernes varierte roller krever åpne og kontinuerlige dialoger med kolleger, samt bevissthet omkring undervisningsmetoder, for å sikre best mulig undervisning.

Etter vårt syn lærer mennesker best ved å nærme seg et fagfelt i dets kompleksitet, ikke oppstykket og delt i enkeltkomponenter. Derfor har vi utviklet en undervisningsmodell som har en tverrfaglig emneinndeling, og utstrakt arbeid på tvers av fagområder.



Mange av studentene er på oppdrag hos forskjellige aktører i næringslivet. IKEA og Dagbladet er noen av bedriftene våre studenter har jobbet for.

KONTAKT MED BRANSJE OG NÆRINGS LIV

Gjennom utdanningen ved NKH får studentene en helhetlig forståelse for at kreativitet, kunnskap, kommunikasjon og kundeforståelse går hånd i hånd. Vi jobber tett med kommunikasjonsbransjen og næringslivet i mange prosjekter. Det er et uttalt mål for skolen å skape arbeidssituasjoner som ligner mest mulig på dem studentene vil møte når de skal ut i jobb. Derfor blir studentene på NKH tidlig klar over hvilke kvalifikasjoner arbeidsmarkedet søker etter. På alle utdanninger er vi så heldige at vi får besøk fra gjesteforelesere fra inn- og utland.

Oppgavene ved NKH er prosjektbaserte og har en praktisk tilnærming. Oppgavene er ofte relatert til

virkelige oppgaver fra arbeidslivet, og gir studentene en god praktisk trening og forståelse i faget. I mange av oppgavene jobber studentene også for reelle kunder. Ettersom NKH er en skole som tilbyr mange ulike utdanninger, er også en del av oppgavene tverrfaglige, det vil si at studenter på ulike utdanninger jobber sammen for å finne den beste løsningen.

INTERNASJONALISERING

Vi er opptatt av å utdanne studenter som er i stand til å møte et stadig mer globalisert næringsliv. Derfor har NKH i mange år samarbeidet med flere universiteter i Europa, Australia og USA. Fagsko-lestudentene våre kan reise til en av våre samarbeidspartnere for å bygge på til en bachelor- og/

eller mastergrad etter å ha fullført sin toårige utdanning. Vi har også et tilbud om et semester i utlandet for dem som tar en bachelorutdanning ved NKH.

NKH I ET HISTORISK PERSPEKTIV

Norges Kreative Høyskole startet opp som Merkantilt Institutt i 1987. Ernst G. Mortensens Stiftelse kjøpte Merkantilt Institutt (MI) i 1993, og den nye «NKS-Gruppen» ble samlet i nye lokaler på Bislett i 1995. Med MI ble stiftelsen, som tidligere hadde hovedfokus på fjernundervisning, utvidet med klasseromsundervisning for en yngre målgruppe.



At studentene tar forskjellige utdanninger, gjør at mange av CKs prosjekter kan virkeliggjøres. I anledning 100-års jubileet har fire studenter engasjert seg i et prosjekt som går ut på å lage et opplevelsessenter på Campus Kristiania. Fra venstre: Jeanett Bakken Stuve, Marianne Schulzki, Sindri Olafur Sigurdsson Szarcas og Thea Kristine Hjertholm.

MI, med sin brede studieportefølje av kreative og merkantile studier, rettet seg mot unge menneskers behov for kortere, yrkesrettede utdanninger. Medie- og kommunikasjonsfagene ble gjennom 1990-årene en stadig større del av MIs studieportefølje, og skolen hadde tilbud i Oslo, Bergen og Trondheim, samt mindre avdelinger i flere andre byer. Alle studietilbudene var godkjent av Statens Lånekasse, og skolen forberedte seg etter hvert til den nye fagskoleloven som kom i 2003.

I 2005 skiftet MI navn til Norges Kreative Fagskole (og Norges Merkantile Fagskole, som ble avviklet i 2008 på grunn av nedgangen i det merkantile fagskolemarkedet), og i 2009 hadde NKF tatt en

ledende posisjon i markedet for kreative studier, og var landets største private fagskole. Alle studiene var godkjent av Nasjonalt organ for kvalitet i utdanningen (NOKUT), og den faglige ledelsen i skolen ble betydelig styrket med studieledere for alle tilbud, de fleste nå toårige. Fagskoleloven slo positivt ut for skolen og bidro til å løfte den som en anerkjent og seriøs privat skole.

I 2012 lanserte NKF sin første kreative bachelor-utdanning: Bachelor i kreativ markedskommunikasjon, et studium som ble godt mottatt i markedet, og som oppmuntret til videre satsning på kreative bachelorstudier. I 2013 lanserte vi bachelor i interiør – bærekraftig design, kreativitet og prosjektstyring. Bachelor i journalistikk og bachelor i

grafisk design – visuell identitet, interaktiv design og sosialt ansvar – starter for første gang høsten 2014. Ettersom vi sommeren 2012 ble en del av Høyskolen Campus Kristiania, og med fire populære bachelorstudier som utdanner studenter innenfor området kommunikasjon og kreativitet, var tiden inne for å lansere Norges Kreative Høyskole.



Norges Helsehøyskole Campus Kristiania

■ NORGES HELSEHØYSKOLE

Hege Ulveland, dekan

Norges Helsehøyskole (NHCK) er enn så lenge det minste fakultetet ved Høyskolen Campus Kristiania. Fakultetet har som målsetning å være en ledende aktør innen helsefag med fokus på helsefremmende og sykdomsforebyggende fag, og på fag der behandling av muskel- og skjelettplager er sentralt.

NHCK er opptatt av å gi studentene en relevant og solid utdanning med faglig tyngde. Vårt pedagogiske varemerke er utstrakt bruk av studentaktiverende læringsformer, fremragende formidlere og nærhet til studentene.



Førstelektor Hege Ulveland er konstituert dekan ved fakultetet Norges Helsehøyskole.

Økende forekomst av overvekt og inaktivitet i kombinasjon med høyere levealder i befolkningen gjør at stadig flere lever med kroniske sykdommer. Skal vi snu denne utviklingen og kunne dekke behovet for helsefagarbeidere frem mot 2050, må hver tredje ungdom som søker studieplass i dag,

ANTALL STUDENTER: **495**

ANTALL GJENNOMFØRTE STUDIEPOENG: **27 360**

ANTALL STUDIEPROGRAM: **5**

UNDERVISNINGSTIMER: **6 326**

KJØNNSFORDELING: **350 KVINNER OG 196 MENN**

ANSATTE: **20 FAGLIGE OG 3 ADMINISTRATIVE**

ANTALL NYE STUDENTER: **228**

velge helsefag. Et større fokus på forebygging av sykdom fremfor behandling vil gi befolkningen flere leveår med god helse.

Studietilbudene ved Norges Helsehøyskole sikter mot å dekke samfunnets behov for økt kompetanse innen helsefremmende fag. Vi skal tilby morgendagens helseutdanning i dag.

VÅR HISTORIE

Norges Helsehøyskole er det nyeste fakultetet ved Høyskolen Campus Kristiania. Våren 2011 kjøpte CK opp Akupunkturhøyskolen og innlemmet Nordisk akademi for osteopati som en del av helsesatsingen, Norges Helsehøyskole – Campus Kristiania. Et år senere ble Norges Helsehøyskole innlemmet i stiftelsen og ble et fakultet ved CK.

Frem til 2013 befant studiestedet seg på Ullevål stadion. I desember 2013 valgte styret ved CK å flytte fakultetet til samme sted som de andre fakultetene. De nye lokalene i Prinsens gate har vært med å løfte helsesatsningen i 2014. Antall studenter ved NHCK har økt betraktelig det siste året, og opptaket høsten 2014 er intet unntak. Men selv om fakultetet er i sterk vekst, skal vi aldri bli så store at vi ikke mister kontakten med den enkelte student.

I dag består NHCK av tre institutter: Institutt for akupunktur, institutt for osteopati og institutt for fysisk aktivitet, ernæring og folkehelse. Fakultetet tilbyr høsten 2014 disse studiene:

- Årsenhet i grunnmedisin
- Bachelor i akupunktur (fulltid/deltid)
- Bachelor i livsstilsendring og folkehelse
- Bachelor i ernæring



Våre studenter er alltid i kontakt med forelesere, uavhengig om det er i plenum eller ved individuelle oppgaver. Gjennom praktisk undervisning i klasserom utdanner vi de beste på våre fagområder. Til venstre: Høyskolelektor og klinikkleder Martin Engedahl i veiledning med studentene.

Godt samarbeid mellom foreleserne og administrasjonen er viktig for å oppnå god kommunikasjon og utvikling av læringsplattformen til studentene. Fra venstre prosjektleder i markedsavdelingen Nina Østgaard, studiekoordinator Susanna Bakken og forskningsansvarlig forskningsansvarlig, professor Per Morten Fredriksen.

- Bachelor i fysisk aktivitet og ernæring
- Bachelor i osteopati

NHCK er dessuten stolt av å kunne presentere flere kurs og studier i samarbeid med NKS Nettstudier. Alle nettstudier har dyktige veiledere som til daglig underviser ved NHCK.

Fakultetet NHCK ønsker det beste for studentene også etter endt bachelor. Vi har av den grunn prioritert å få til avtaler om masterutdanning ved en rekke internasjonale institusjoner. Vi har blant annet en unik masteravtale med Leeds Metropolitan University. Med en master i klinisk ernæring fra dette universitetet kan studenten søke autorisasjon som klinisk ernæringsfysiolog.

FORSKNING OG UNDERVISNING

NHCKs primær oppgave er forskning, undervisning og formidling. Forskningen som utføres ved fakultetet, er tett integrert i undervisningen ved alle våre studieretninger. Vi har som mål å levere forskningsresultater på høyt nasjonalt og internasjonalt nivå innen skolens satsningsområder; fysisk aktivitet, ernæring, folkehelse, akupunktur og osteopati.

Ansatte ved NHCK er opptatt av å gi studentene en relevant og solid utdanning. Undervisningen vår er forsknings- og kunnskapsbasert, det vil si at den bygger på siste nytt fra forsknings- og utviklingsfronten. Vi legger stort vekt på bruk av pedagogiske former der studenten i stor grad er den aktive part.

En stor del av undervisningen vår foregår dessuten i mindre, tverrfaglige grupper der de ulike profesjonene samarbeider om å løse oppgaver, såkalt problembasert læring. At alle våre bachelorgrader har et felles første år, stimulerer til samarbeid og forståelse på tvers av faggruppene.

NHCK har ansatte som virkelig brenner for fagfeltet sitt – for enkelte av de faglige er faget og jobben vel så mye en livsstil som jobb. Vi er overbevist om at god kontakt mellom student, foreleser og administrasjonen gir bedre trivsel og faglige prestasjoner. For oss er det like viktig at våre forelesere har høy faglig kompetanse som at de er gode formidlere. Ansatte i fagavdelingen er alltid tilgjengelige for veiledning og spørsmål utenom forelesninger – noe som er viktig siden egenstudier er en sentral del av studiehverdagen.



Flere av undervisningsrommene blir brukt for å oppnå best mulig læringsutbytte. Her er professor Per Morten Fredriksen på plass i det anatomiske læringscenteret.

UNDERVISNINGSLOKALER

Flere av våre fagområder stiller store krav til undervisningsrom. Anatomiske læringscenter og fysiologisk testlaboratorium er viktige for å få mest mulig ut av forelesningene. Her kan studentene bruke teorien i praksis, noe vi mener er den beste måten å lære på. Tilgangen til humane anatomiske preparater gjør det mulig å få dypere forståelse for menneskekroppen.

Fysiologisk testlaboratorium brukes aktivt i undervisning innen treningsfysiologi, respirasjonsfysiologi og sirkulasjonsfysiologi. Våren 2014 testet f.eks. studentene på bachelor i fysisk aktivitet og ernæring formen og helsen til frivillige ansatte ved CK ved hjelp av utstyret på testlaben. Ansatte fra alle avdelinger stilte opp – og det var ingenting å si på innsats og vilje.

Fra og med høsten 2014 vil NHCK kunne tilby studentene treningsrom i CKs egne lokaler. Treningsfasilitetene vil dessuten være tilgjengelige for ansatte utenom undervisningstidspunktene. Alt ligger til rette for et sprekere Campus.

Det er mange høyskoler som har egne bedrifter, men ytterst få som har en egen studentklinikk som tar imot eksterne pasienter/kunder. I studentklinikken ved NHCK får studentene virkelig testet hvordan livet etter studiet er. Mange av skolens undervisere har tett tilknytning til den kliniske hverdagen gjennom egen praksis. Det sikrer at undervisningen og fagkunnskapen er oppdatert og praksisnær. Vi tror at ferdighetstrening, praktiske øvelser, undervisning og veiledning på studentklinikken og ekstern praksis i bedrifter/institusjoner vil sikre at våre studenter er de beste på arbeidsmarkedet.

Hvert år kommer det inn studenter som stiller stadig høyere krav til læringsteknologi, rett og slett fordi de er oppvokst med en helt annen tilnærming enn for bare ti år siden. I tillegg til spesialrom, auditorier, klasserom, benkerom og lesesaler har NHCK etablert et betydelig arkiv av videoforelesninger innen alle fag. Dette kan etter behov benyttes i tillegg til ordinær tavleundervisning.

I 2012 ble Learning Catalytics innført. Dette er studentresponsystem som muliggjør 100 % studentdeltakelse i timene. Vi tror at utstrakt bruk av video og studentaktiviserende læringsformer er noe av grunnen til at 97 % av våre førsteårsstudenter høsten 2013 svarte at de ville anbefale NHCK til andre. Studenttilfredshet er en viktig målestokk i arbeidet med å videreutvikle fakultetet.



Studentklinikken er en viktig læringsarena for studentene. Ved å møte ulike typer mennesker lærer studentene å kommunisere og hvordan møtet er i arbeidslivet.

VÅRT SAMFUNNSANSVAR

NHCK er et fremtidsrettet helsefakultet. Vår målsetning i nåværende strategiperiode er at vi skal utvide det tradisjonelle helsebegrepet ved hjelp av nytenkning og forskning og tilby utdanninger som bidrar til å løse fremtidens folkehelseutfordringer.

Våre studenter har valgt NHCK fordi de vil jobbe med mennesker, og fordi de er opptatt av å arbeide med noe som er meningsfylt og samfunnsnyttig. Møtet med mennesker med ulike problemer knyttet til helse og livsstil gir en interessant, utfordrende og variert arbeidsdag. Det er et stort potensial i å fremme helse og forebygge sykdom og for tidlig død. Det er et samfunnsansvar å bidra til god helse i hele befolkningen, og det er Norges Helsehøgskole sin ambisjon.



Avslutningsseremoni for avgangsstudenter med bachelor i akupunktur 2014.



NKS Nettstudier

Campus Kristiania

■ NKS NETTSTUDIER – ANNO 2014

Erik Brandt, direktør NKS Nettstudier

NKS Nettstudier har i skrivende stund om lag 4 000 aktive studenter, og tilbyr studier på både høyskole- og fagskolenivå samt enkelte yrkesrettede utdanninger. Vi samarbeider med flere norske høyskoler, og ikke minst våre egne fakulteter i CK. Vi har også et internasjonalt samarbeid med Heriot-Watt University, hvor vi tilbyr en MBA og fire MSc-programmer.

Studietilbudet er strukturert innenfor fire fagkategorier. Disse er:

1. Økonomi og ledelse
2. Helse og ernæring
3. Medier og kommunikasjon
4. Pedagogikk og samfunnsfag

I tillegg har vi tilbud for voksne som ønsker å ta generell studiekompetanse.

Fagskolestudiene innen blant annet helse og regnskap og lønn har fagskolegodkjenninger, og fagskolestudiene i helse har vært fullfinansiert via fylkeskommunene siden 2009. Dette har gjort NKS til landets største tilbyder av videreutdanning for helsefagarbeidere.

Studietilbudet er tilpasset voksne studenter som tar utdanning ved siden av jobb, familie og andre forpliktelser, og er lagt opp slik at man kan gjennomføre kurs i eget tempo. På den måten velger studentene selv studiebelastning ut i fra egen situasjon. For hvert enkeltkurs de melder seg på, har de muligheten til å bruke opp til 18 måneder på å

ANTALL STUDENTER: **4 200**

ANTALL GJENNOMFØRE STUDIEPOENG: **22 626**

ANTALL KURSPROGRAM:

UNDERVISNINGSTIMER: **17 021**

KJØNNSFORDELING: **70 % kvinner og 30 % menn**

ANTALL NYE STUDENTER : **300**



Direktør for NKS/salg- og marked Erik Brandt har jobbet på Høyskolen Campus Kristiania i 15 år.

fullføre. Ambisiøse studenter tar flere kurs samtidig, og har gjerne som mål å fullføre en årsenhet, en bachelorgrad eller et masterstudium.

SAMARBEIDSMODELLEN FOR HØYSKOLESTUDIER

I samarbeidet med CK-fakultetene og eksterne, offentlige høyskoler er ansvarsfordelingen slik at det er høyskolene som har det faglige ansvaret, mens NKS har ansvaret for den pedagogiske tilretteleggingen av kursinnhold, gjennomføring av undervisning, markedsføring og studieadministrasjon. Studentene melder seg på kursene og utdanningstilbudene hos NKS, gjennomfører studiene via vår læringsportal, melder seg opp til eksamen og får karakterutskrift/vitnemål fra våre samarbeidsskoler.

Fagkategoriene matcher svært godt fakultetene ved CK, noe som gir oss muligheter til å videreutvikle studieporteføljen gjennom et forutsigbart samarbeid med egne fakulteter.

VÅR PEDAGOGIKK

«Fri progresjon» er et viktige stikkord i vår pedagogikk. Men meningsfull samhandling mellom studentene, og mulighet for den enkelte veileder til å støtte studenten gjennom et selvvalgt studie-løp, er også viktig. Individuell veiledning er den viktigste bestanddelen i vår pedagogikk.

Vår pedagogiske modell:

Den mellomste sirkelen viser studentens arbeid og refleksjon i møte med kursets læremateriell og pensum. Den største sirkelen viser studentens læring i samhandling med faglig veileder. Vi regner også andre studenter (den minste sirkelen) som viktige ressurser i læringen, selv om en del av studentene velger kun å kommunisere med sin faglige veileder.

```
graph TD; V[Veileder] <--> L[Læremateriell/Pensum]; L <--> S[Student]; S <--> M[Medstudenter]; V <--> S; V <--> M; L <--> M;
```

Vi tenker oss læringsprosessen som en hermeneutisk sirkel, hvor studenten gjennom en vedvarende prosess både tilegner seg kunnskap, og reflekterer og bearbeider kunnskapen, i møte med både lærestoff og veileder.



Til venstre Hege Skogli, fagansvarlig for pedagogikk og samfunn. Til høyre Vibeke Maijer, som er fagansvarlig for organisasjon og ledelse. De fagansvarlige ved NKS gjør en viktig jobb for den pedagogiske tilretteleggingen av kursinnhold, gjennomføring av undervisning, markedsføring og studieadministrasjon.

DETTE GJØR VI FOR Å LEGGE TIL RETTE FOR GODE LÆRINGSPROSESSER:		
Student <--> Veileder	Student <--> Læremateriell	Student <--> Medstudenter
Vi legger vekt på at veilederen skal : • Legge til rette for egenaktivitet og refleksjon • Følge opp den enkelte student • Stimulere til samhandling mellom studentene • Ta hensyn til individuelle forskjeller • Motivere og inspirere studentene • Oversiktlig struktur • Strukturert læringsgang • Meningsfullhet og praksisrelevans • At læringen skal være aktiviserende (indre og ytre) • Konkretisering • Variasjon i bruk av virkemidler • Individualisering • Mulighet for samarbeid	Vi lager nettkurs med vekt på: • Ved hjelp av veileder, læremateriell og sosiale verktøy stimulere til samhandling.	• Ved hjelp av veileder, læremateriell og sosiale verktøy stimulere til samhandling.



Michelle Storakeren er veilederansvarlig for NKS Nettstudier.

VEILEDEREN GJØR EN FORSKJELL

Alle studenter får tildelt en faglig veileder. Veilederne er de som er nærmest studentene og «holder dem i hånden» gjennom hele studieløpet – veilederne er en uvurderlig støtte for studentene gjennom hele studietiden. De svarer på faglige spørsmål, og gir tilbakemelding på innsendingsoppgavene i form av kommentarer og karakterer. Alle oppgavene rettes og kommenteres innen fem virkedager, og vi har definert klare, pedagogiske retningslinjer for hvordan veiledningen skal gjøres.

Via den årlige kursevalueringen får studentene anledning til å gi sine vurderinger av hvordan veiledningen har fungert. Resultatene fra de siste evalueringene viser at NKS har gode veiledere. I 2013 var 92,8 % av studentene fornøyd med sin veileder.

Veilederne – hvem er de?

NKS har 70 nettveiledere. Dette er personer med høy kompetanse og lang erfaring innen relevante fagområder og bransjer for våre kurs. Her er en kort presentasjon av et lite knippe veiledere:

Linda Dalviken er veileder i kurset Featurejournalistikk. Hun har hovedfag i journalistikk, erfaring fra en rekke små og større redaksjoner og er tilknyttet både Høgskolen i Oslo og Akershus og Universitetet i Stavanger. Linda er en engasjert og ivrig veileder som stortrives med kontakten hun får med studentene. Som hun sier i sin presentasjon av seg selv på kurssidene: *«Jeg lærer masse av dere studenter, og har stor glede av å lese og kommentere tekstene jeg får tilsendt.»*

Hanne Mette Myklebust er veileder på fagskoletutdanningen i Eldreomsorg. Hun er utdannet sykepleier og har videreutdanning innenfor administrasjon og ledelse. Hun har erfaring som avdelingssykepleier og institusjonssjef, i dag er hun selvstendig næringsdrivende og jobber med kompetansehevede tiltak for helsesektoren.

Lars Erling Olsen er siviløkonom og MBA fra Norges Handelshøyskole og har en doktorgrad i markedsføring fra Handelshøyskolen BI. Han ble professor i 2014, og er ansatt ved Markedshøyskolen. Her forsker og underviser han i fagene merkevareledelse, markedskommunikasjon og salgsledelse.



Anders Nome er leder for læringsteknologi og Heidi Åberg er studiesjef. Sammen jobber de målrettet for å tilrettelegge studiene for studenter ved NKS Nettstudier.

NETTSTUDENTENES «KLASSEROM» ER LÆRINGSPLATTFORMEN LUVIT

Studenter og veiledere logger seg på det digitale klasserommet (Luvit), som er lenket opp fra nks.no. «Klasserommet» har to nivåer; portalnivå og kursnivå. I tillegg har NKS-ansatte en administrasjonsside for oppfølging av veiledere og studenter.

■ PORTALSIDEN

Portalsiden er oversiktssiden. Her finner studentene og veilederne lenker til kursene, informasjon fra NKS, og de kan kommunisere på tvers av kurs. Studentene kan også sende og motta meldinger fra alle deltakere på de kursene de har meldt seg på, og lese andre studenters og veileders blogger og personlige presentasjoner. I tillegg kan de lage sin egen personlige presentasjon, skrive blogginnlegg, laste opp filer, oppdatere personalia og legge inn

aktiviteter i kurskalenderen. Det er også her de melder seg opp til eksamen, finner informasjon om eksamen og kan se sine eksamensresultater.

■ KURSSIDENE

Via portalsiden kan man «klikke» seg inn på kurssidene. Der finner studentene kursinnholdet og nødvendige pedagogiske verktøy for gjennomføring av kursene. For å gi en forklaring om nettkursene, er det naturlig å skille mellom *kursinnhold* og *verktøy*.

- **Kursinnhold:** På forsiden i alle nettkurs ligger det kortfattet informasjon om hvordan studenten skal gå fram for å gjennomføre kurset. Som innledning til kursinnholdet finner studenten all nødvendig informasjon om nettkurset: om veilederen, faginnholdet, pensum, gjennomføring, hvordan arbeide med innsendingsoppgavene samt vurdering og dokumentasjon.

Kursinnholdet i et nettkurs består av faglige tekster, øvingsoppgaver og obligatoriske oppgaver som skal sendes til kursets veileder for kommentarer og vurdering. I mange kurs består kursinnholdet også av forelesningsvideoer og lydfiler som enten kan spilles av i nettkurset, eller lastes ned til mobiltelefoner, MP3-spillere, nettbrett og lignende. Kursinnholdet i et nettkurs er godt strukturert og oversiktlig organisert. Målet er at det skal være enkelt for studenten å arbeide seg gjennom kurset.

- **Verktøy:** Nettkursene består, i tillegg til kursinnholdet, av en rekke *funksjoner* og *verktøy*. Mye av funksjonaliteten på kurssidene finnes også på portalsiden, men på kurssidene er funksjonaliteten mer kursspesifikk.

Innsendingsoppgaver

I alle kurs er det obligatoriske innsendingsoppgaver. Svar på oppgavene sendes inn via læringsplattformen, veilederen gir kommentarer, setter karakter og sender dette tilbake til studenten.

En viktig ambisjon for NKS er å minske motsetningen mellom fleksibilitet og samhandling. Vi har derfor vært pådrivere overfor Grade for å skreddersy læringsplattformen med verktøy som legger til rette for samhandling, planlegging og tett oppfølging av veilederne.

Det første en ny nettstudent møter når han eller hun går inn i et nettkurs, er et panel øverst i kurset, med navnet «Kom i gang». Der lager studenten en personlig presentasjon, planlegger innsendingsfrister for kurset, og registrere at han eller hun er interessert i samarbeid med andre studenter. Alt dette er verktøy som gir mulighet for tettere oppfølging fra NKS og mer samarbeid mellom de studentene som ønsker det.

Samhandling: På kurssidene kan studenten sende meldinger til veilederen og andre deltakere på kurset. Det er også mulig å skrive og lese innlegg i diskusjonsforum, og delta i prategrupper (chat). Andre kommunikasjonskanaler på kurssidene er *kurslogg* – som veilederen skriver, *personlig blogg* – som studentene kan skrive, *personlig presentasjon* – hvor studenter og veiledere skriver om seg selv og laster opp bilde, *oppslagstavle* – hvor veileder legger ut nyheter, og *mikrologg* – hvor studenter og veiledere kan skrive korte meldinger. På kursets førsteside kan studentene se hvilke andre studenter og veiledere som er logget på kurset.

Planlegging: Når studenten starter på et nettkurs, skal hun eller han registrere frister for innsendingsoppgavene. Studenten kan velge om innsendingsfristene skal være synlig for både veilederen og andre studenter, eller bare for veilederen. Vi oppfordrer studentene til å la andre studenter se innsendingsfristene, siden det da vil være lettere for dem å finne noen å samarbeide med – se neste punkt. Når studenten har satt en tidsfrist for en innsending, kan han eller hun også velge å motta en varsling på e-post når fristen nærmer seg.

Samarbeid: På kurssidene kan studentene registrere at de er interessert i samarbeid med andre

studenter. Deres navn, by og postnummer vil da bli synlig på en liste over potensielle samarbeidspartnere. De studentene som har valgt å vise innsendingsfrister for andre studenter, vil også vises på listen med hvilken innsending de jobber med, og når de planlegger å levere den. På den måten blir det lettere å finne en samarbeidspartner som har kommet like langt som en selv. Studenten kontakter en potensiell samarbeidspartner ved å krysse av for en eller flere mulige samarbeidspartnere og sende en melding.

VERKTØY FOR OPPFØLGING OG KONTROLL

Læringsportalen er skreddersydd for fleksibel studiegjennomføring. Den inneholder gode verktøy for oppfølging – både for veiledere og NKS-ansatte.

Veilederen kan følge med på den enkelte students progresjon ved å ta ut rapporter, og mottar e-postvarslinger når:

- En ny student er registrert på kurset
- Noen har lagt inn et nytt innlegg i fagforumet (diskusjonsgruppen)
- En student er forsinket i forhold til en innsendingsfrist
- En student har levert en innsendingsoppgave
- Veilederen selv er forsinket i forhold til frist for å gi tilbakemelding på innsendingsoppgave

HVA MENER STUDENTENE OM NKS I 2014?

For å få innspill på hvordan det oppleves å være nettstudent, og hvordan studentene opplever kvaliteten i kursene, gjennomfører vi ulike evalueringer. Kursevaluering, studentevaluering, evaluering av veilederne og kandidatundersøkelse gir uvurderlige tilbakemeldinger til NKS – som i motsetning til andre undervisningsinstitusjoner – ikke får den daglige feedbacken fra studentene i klasserommet. Resultatene fra evalueringene er det målingsverktøyet vi har for å vite hvordan kvaliteten av leveransen oppleves.

I studentevalueringen i 2014 svarer hele 96,5 % av studentene at de er fornøyde med å være student ved NKS. Studenttilfredsheten har kun gått oppover de siste årene, og det forteller oss at vi er en velfungerende 100-åring som leverer!

HVEM ER NKS-STUDENTEN I 2014?

NKS har studenter fra hele landet, de fleste er bosatt i de store byene. De aller fleste studenter ved siden av full jobb og familie. Over 70 % av studen-

tene er kvinner. Alderen spenner fra 18 til 80 år, men de fleste er mellom 25 og 45 år. Kurstilbudet og fleksibiliteten er hovedgrunnen til at de velger å studere via nett, og de tar utdanning for å bedre karrieremulighetene sine, øke kompetansen innen arbeidsfeltet sitt og ha muligheten til å skifte jobb.

Dagens typiske NKS-student kan best beskrives slik; kvinne på 35 år, bosatt i en by på Østlandet. Hun er i full jobb og har familie. Hun har valgt nettstudier fordi fleksibiliteten gir henne mulighet til å studere når og hvor det passer henne. Hun har høyskoleutdanning fra før og studerer for å styrke karrieremulighetene sine.

FORTSATT FOKUS PÅ UTVIKLING

NKS har de siste årene hatt et sterkt fokus på å utvikle og forbedre forretningsprosessene. Studieporteføljen er utvidet, spesielt innen høyskolestudier. Læringsplattformen er utviklet, både med utgangspunkt i tilbakemeldinger fra studenter og ønsket om forbedringer fra administrasjonen. Nye verktøy for oppfølging av enkeltstudenter og veiledere, samhandling og samarbeid, og kontroll, viser at vi leverer det vi lover til studentene. I 2014 skal vi videreutvikle plattformen med responsiv design – slik at alle kan bruke håndholdte enheter, og tilgjengeligheten til kursene vil bli enda enklere.

Veilederrollen er fortsatt svært viktig for våre studenter. I 2015 vil vi videreutvikle vår pedagogikk og våre teknologiske løsninger for ytterligere å forbedre veiledningen og ha enda tettere oppfølging av enkeltstudenten. I dagens konkurranse-situasjon, hvor det er mange aktører som tilbyr nettstudier, har vi tro på at veilederne vil bli stadig viktigere i posisjoneringen av NKS. De vil være et av våre sterkeste konkurransefortrinn.



Fra venstre: Fagansvarlig Helse og ernæringsfag Bente Crosby, rådgiver/eksamensansvarlig Sverre Lien, fagansvarlig pedagogikk og samfunn Ida Pleym Sandvik, fagansvarlig økonomifag Malvin Nordstrand, fagansvarlig medier og kommunikasjon Kristin Heyerdahl-Larsen, fagansvarlig organisasjon og ledelse Tonje Dietrichson, fagstabsrådgiver NKH Benedicte Rør Blom, studiesjef Heidi Åberg, direktør NKS/salg- og marked Erik Brandt og studiekonsulent Celine Eitzen.



■ AKTIV LÆRING

Ketil Hansen, leder i Aktiv Læring

Aktiv Læring er i særlig grad med på å realisere stiftelsens formål om «å gi flest mulig mennesker mulighet for utdanning og personlig utvikling». Undervisningen og kursene vi tilbyr, er tilpasset arbeidssøkende tilknyttet NAV. Hos oss får deltakerne blant annet opplæring i jobbsøking, vi gir dem intervjutrening, og mange blir tilbudt praksisplasser i ulike bedrifter. Dette opplegget gir deltakerne trening i å komme tilbake til arbeidslivet, og dermed økte muligheter til å få jobb etter fullført kurs.

Målet til Aktiv Læring er å få flest mulig tilbake i arbeidslivet. For å lykkes med det legger vi opp til individuelle samtaler, vi motiverer og vi har coaching. I tillegg til å jobbe tett sammen med kursdeltakerne er det viktig å få dem ut i praksis. Samarbeidet med arbeidslivet er derfor helt avgjørende for at deltakerne skal få jobberfaring. Gjennom praksisperioden holder vi god kontakt både med arbeidsgiverne og kursdeltakerne.



Ketil Hansen er daglig leder i Aktiv Læring.

I 2012 BLE AKTIV LÆRING KÅRET TIL ÅRETS GASELLEBEDRIFT.

Dagens Næringsliv velger ut Gasselebedrifter etter disse kriteriene:

LEVERT GODKJENTE REGNSKAPER

MINST DOBLET OMSETNINGEN OVER FIRE ÅR

OMSETNING PÅ OVER ÉN MILLION KRONER FØRSTE ÅR

POSITIVT SAMLET DRIFTSRESULTAT



Daglig leder Ketil Hansen er omgitt av medarbeiderne sine – Tone Vaa, Toril Talsnes, Jørn Ellefsen, Bjørn Einar Larsen og Tor Grønneberg.



■ EDUCATION LINK – STUDIER I UTLANDET

I 2003 ble Education Link – Studier i Utlandet AS – en del av Høyskolen Campus Kristiania, med en eierandel på 60 %. Samarbeidet vi har med utvalgte universiteter og college i utlandet, gir fagskolestudentene ved Norges Kreative Høyskole et tilbud å studere videre for å ta en bachelorgrad. Å kombinere en norsk bransjeorientert fagskoleutdanning med en akademisk grad i utlandet gir studentene unike kunnskaper og kompetanse.

Selskapet ble etablert fordi mange dyktige fagskolestudenter ønsket mer faglig påfyll og en bachelorgrad. I Norge har det dessverre vist seg vanskelig for høyskoler og universiteter å anerkjenne fagskolekompetanse som en del av bachelorgraden, og som grunnlag for opptak. I Europa, Nord-Amerika og i Australia lar imidlertid dette seg gjøre.

Campus Kristiania har derfor tatt kontakt med høyskoler i utlandet, og fått til en rekke avtaler som er tilpasset studieløpene ved fagskoleutdanningen vi tilbyr i Norge. Selv om tilbudet er populært blant fagskolestudentene, er studentene også kjent med at en mulig masterutdanning må gjennomføres i utlandet.

Education Link har kontorer i lokalene til Høyskolen Campus Kristiania i Oslo. Her får studentene informasjon og veiledning om hvilket studiested de kan søke seg inn på. Tilbudet er viktig for studenter som vil ha internasjonal erfaring i kombinasjon med utdanningen sin. I årene fra 2011 til 2014 har hele 715 studenter benyttet seg av tilbudet vårt.

Oversikt over internasjonale universiteter Høyskolen Campus Kristiania samarbeider med:

BILLY BLUE COLLEGE OF DESIGN (Australia)
CURTIN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY (Australia)
DEAKIN UNIVERSITY (Australia)
GRIFFITH UNIVERSITY (Australia)
GRIFFITH COLLEGE DUBLIN (Irland)
HAWAII PACIFIC UNIVERSITY (USA)
JAMES COOK UNIVERSITY (Australia)
LONG ISLAND UNIVERSITY (USA)
MEDIA DESIGN SCHOOL (New Zealand)
NEW ENGLAND INSTITUTE OF TECHNOLOGY (USA)
NABA (NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI) (Italia)
RMIT UNIVERSITY (Australia)
SANTA FE UNIVERSITY OF ART AND DESIGN (USA)
SOUTHAMPTON SOLENT UNIVERSITY (UK)
UNIVERSITY OF HERTFORDSHIRE (England)
UNIVERSITY OF QUEENSLAND (Australia)
UNIVERSITY OF WOLVERHAMPTON (England)



Nærmeste rekke, fra venstre: Johan Rådström, Marthe Pedersen, Jesper Sebastian Hammar, Eli-Therese Ø. Lund, David Hartung, Reidun Thorn Akre.
Bak, fra venstre: Martin, Martin Vågen, Eirik Moldrem, Lill-Tine Paulsen og Patrick Hansson.



Høyskolen Campus Kristiania

■ FELLESAVDELINGENE: MENNESKENE RUNDT HØY- SKOLENS KJERNEVIRKSOMHET

De ansatte i fellesavdelingene er viktige ressurspersoner for hele virksomheten. De støtter oppunder og legger til rette for alle aktivitetene i Høyskolens, uten dem ville ikke Campus Kristiania bli i stand til nå sine mål. Oppgavene er mange, som for eksempel administrativt ansvar for studier og utdanning, økonomifunksjoner, markedsføring, drift, personal, lærings- og ressursenter, IT, læringsteknologi med mer.

Alle i fellesavdelingene har som målsetning å arbeide effektivt og med høy kvalitet. Dermed kan høyskolens fagstab ha full konsentrasjon om sine primæroppgaver: å drive forskning, undervise og formidle.

SALG OG MARKED

100 år etter at Ernst G. Mortensen etablerte Norsk Korrespondenceskole for å tilby utdanning til folk flest, uteksaminerer CK flere studenter enn noen gang. Annonsene på baksiden av Mortensen-familiens ukeblader er i dag erstattet av bannerannonser og digitale bilag, men målet om å nå ut til alle, er fortsatt like viktig.

Høyskolen Campus Kristiania skal være godt synlig for utdanningssøkende nordmenn. Markedsjefene og deres medarbeidere legger mye energi i å utforme og tilpasse medie- og markedsstrategiene slik at høyskolens bredde og tilbud er lett å få øye på. Samtidig når man de ulike målgruppene gjennom posisjonen til de fire merkevarene: Markedshøyskolen, Norges Helsehøyskole, Norges Kreative Høyskole og NKS Nettstudier.

Gjennom hele året jobbes det intenst for å rekruttere nye studenter, samtidig som relasjonen til de eksisterende studenter blir opprettholdt. Gjennom bruken av sosiale medier, blogger, nettsider, kataloger og forskjellige konkurranser er det alltid en toveis kommunikasjon mellom de ansatte og studentene. – Alle som jobber i avdelingen, yter 100 % innsats hele tiden. Vi kunne ikke funnet bedre medarbeidere enn disse, og de har høy kompetanse, sier markedsdirektør ved Norges Kreative Høyskole, Annelise Kjøning.

AVDELING FOR STUDIEKVALITET

Avdeling for studiekvalitet har det overordnede ansvaret for å administrere studier og utdanning. Studiekvalitet skal sikres ved tiltakene i de strategiske utdanningsplanene blir fulgt opp på de ulike fakultetene. Avdelingen samordner og iverksetter evaluering og kvalitetsutvikling ved høyskolen.

Controller-funksjonen skal sikre god økonomisk gjennomføring av studiene. Kontroll med fakultetsbudsjettene og styring av budsjettpostene er lagt til Avdeling for studiekvalitet.



De ansatte i Avdeling for studiekvalitet. Fra venstre studiesjef Marianne Østbye, controller Rolf Lillemælum, kvalitetsjef Yngve Lilledrange og studiedirektør Aleksander Nikolic.



Fra venstre prosjektledere i markedsavdelingen, Helene Naper Andersen og Nina Østgaard, markedsjef MH Hege Brandal, senior prosjektleder Line Fauske, webredaktør Aleksander Hoel, direktør salg- og marked Erik Brandt, analytiker Eli Hanssen, prosjektleder visuell kommunikasjon Svein Meek, studiekonsulent Christine Kvisle, salgssjef Morten Henriksen, studieveileder Mia Helene Svendsen, markeds konsulent Tina Brurok, markedsjef NHCK Geir Arne Jacobsen, grafisk designer Bettina Larsen, digital markedsfører Benedicte Lindhaugen, markedsdirektør NKH Annelise Kjøning, interaktiv markedsfører Helene Eikeland, markedsjef NKS nettstudier Cecilie Bryner og kommunikasjonskonsulent Helene Vågsvoll.



Janne Olsen har i en årrekke vært ansvarlig for det internasjonale kontoret.



Ressursteamet. Fra venstre: Marit Aleksandra Vigen og Kate Hansen.

STUDIEAVDELINGEN

Studieavdelingen har ansvaret for de studieadministrative prosessene som går på tvers i Høyskolen Campus Kristiania. Avdelingen har ansvaret for den praktiske gjennomføringen av alle studieopptak ved CK, eksamenskontoret, ressursplanlegging, studentøkonomi, studieadministrative systemer, internasjonalt kontor og studentservicesenteret.

INTERNASJONALT KONTOR

Internasjonalt kontor har en viktig funksjon med å synliggjøre CKs satsing på internasjonalisering og studiemobilitet (ut- og innveksling). Internasjonalt kontor fungerer som bindeledd mellom studenter, ansatte og nasjonale/internasjonale samarbeidspartnere slik at CKs strategiske mobilitetsmål blir innfridd. Mobilitet handler både om studenter og ansatte, faglig og administrativt. Internasjonalt kontor forvalter høyskolens inter-

nasjonale avtale, blant annet Erasmus, og koordinerer saksbehandling av emneportefølje/samarbeidsportefølje for inn- og utveksling mellom sentral studieavdeling og fagstab.

Språkkunnskaper blir stadig viktigere, og arbeidsgiverne er svært interessert i personer med erfaring fra utenlandsstudier. Et studieopphold i utlandet oppleves som forfriskende og annerledes, man får og gir kunnskaper og impulser som kan påvirke de senere karrierevalgene. Høyskolen Campus Kristiania er opptatt av å gi gode utvekslingsmuligheter til studentene. Derfor arbeides det kontinuerlig med å finne nye og gode tilbud for studentene ved alle fakulteter.

RESSURSPANLEGGERE

Med over 4 000 heltidsstudenter på de regionale studiestedene, er organiseringen av timeplan en av

de viktigste oppgavene. I 2013 ble det gjennomført 33 304 undervisningstimer, fordelt på 154 faglig ansatte og mange gjesteforelesere. Når man skal få kabalen til å gå opp, kreves det mye innsats og konsentrasjon. Det handler ikke bare om å plassere forelesninger på de forskjellige undervisningsrommene. Hver enkelt klasse skal ha egen timeplan, rommene skal fordeles på flere klasser, og lærerne skal ha forelesningene sine fordelt på flere dager. Dessuten vil gjesteforeleserne gjerne ha forelesningene på helt spesifikke dager.

Innsatsen som ressursteamet legger ned, er imponerende. De som jobber her, styrer også høyskolens studieadministrative system FS, og oppfølgingen av studentevalueringer, årshjul og fakultetenes Undervisningsutvalg. Teamet utgjør en viktig del av kvalitetssikringen av studiene på høyskolen.



Eksamensteamet. Fra venstre studiekonsulent Astrid Klock, studiekonsulent Therese Brustad, eksamenskoordinator Anne Marie Jacobsen, studiekonsulent Michael Tveter og teamleder Tone Mikkelsen



Teamet for opptak og studentøkonomi. Anette Andreassen, Marianne Wahl-Larsen, Juliet Yemane, Christine Kvisle og Karina Hallsteinsen.



Øverst: hovedbibliotekar Hilah Geer.
Under: avdelingsbibliotekar Urd Kristina Hertzberg og bibliotekar Live Eva Vikøren

EKSAMENSTEAMET

Med tre fakulteter og NKS Nettstudier er det ofte hektiske hverdager for eksamenskontoret. Det innebærer at de må stå for gjennomføringer av muntlige og skriftlige eksamener, mappeevalueringer, behandling av vitnemål m.m. Humøret er alltid til stede, uavhengig av arbeidsoppgavene.

OPPTAKS- OG STUDENTØKONOMITEAMET

Fra fakultetene er søknadsportalen åpen fra tidlig i januar til søknadsfristen går ut 1. september. Da er det travle dager for teamet for opptak og studentøkonomi. Medarbeiderne administrerer alle høyskolens søknader og passer på at studieavgifter blir betalt. Med det brede og mangfoldige studietilbudet som er ved høyskolen, skal mye gjennomgås og kvalitetssikres. De siste ti årene har antall heltidsstudenter økt betraktelig, og arbeidet har blitt mer omfattende. En vanlig dag på jobb innebærer blant annet å følge opp søkere, gi informasjon, m.m.



Til venstre: studiekonsulent Ida Spigseth og FS-koordinator Henrik Røneid.

BIBLIOTEKET

Biblioteket til Høyskolen Campus Kristiania hjelper studenter og fagstab med å søke etter fagstoff og informasjon samt å finne frem verktøy for studier og forskning. I tillegg til bok- og artikkelsamlinger er biblioteket et inspirerende læringsmiljø med PC-saler, leseplasser og studentarbeidsplasser. Takket være de ansatte og studentassistentene på biblioteket tilbys det førsteklasse assistanse og hjelp.



Til venstre rådgiver/eksamensansvarlig NKS Sverre Lien og leder av studentservicesenteret Eirik Danielsen.



Fra venstre: Kommunikasjonsrådgiver Morten Pedersen, kommunikasjonssjef Stein-Oddvar Evensen og webredaktør og kommunikasjonsrådgiver Marit G. Laache.

STUDENTSERVICESENTERET

Studentservicesenteret er bemannet med studentassistenter og er et kontaktpunkt og møtepunkt for alle ansatte, studenter og eksterne gjester på høyskolen. Her får alle den hjelpen de trenger, eller de settes i kontakt med rette person på høyskolen. At høyskolen bruker studentassistenter, bidrar til at de studentene som søker informasjon og hjelp, møter et servicepunkt som setter deres egne behov i fokus. På den måten ønsker høyskolen å yte best mulig service.

Studentservicesenteret bistår studentene med å svare på spørsmål om hverdagen på høyskolen, de produsere studentbevis, semestermerker, bistår med eksamensinnleveringer, karakterutskrifter og ulike bekreftelser. Studentservicesenteret er også høyskolens sentralbord for telefon- og epostbehandling, postdistribuering, varemottak,

adgangskontroll, hittegods, førstehjelp og andre resepsjons- og administrasjonsrelaterte oppgaver.

KOMMUNIKASJONSAVDELINGEN

Kommunikasjonsavdelingen ved Høyskolen Campus Kristiania ønsker å legge til rette for høy grad av tilgjengelighet overfor media, samarbeidspartnere og samfunnet for øvrig.

Avdelingen har det overordnede ansvaret med å tilrettelegge for god intern og ekstern informasjon. Vi er kontaktpunkt for media, og veileder ledere og ansatte i god kommunikasjon. Avdelingen deltar i prosjekter og arbeidsgrupper hvor kommunikasjon er viktig, både internt og eksternt, og vi arbeider med krise- og beredskapskommunikasjon. Kommunikasjonsavdelingen består av webredaktør og kommunikasjonsrådgiver Marit G. Laache, kommunikasjonsrådgiver Morten

Pedersen og kommunikasjonssjef Stein-Oddvar Evensen.

PROSJEKT OG STRATEGI

Prosjekt- og strategidirektør Marit Aamold Sundby arbeider med prosessledelse. Det handler om å styre ressursene og den samlede innsatsen for at høyskolen skal få et best mulig resultat. Hennes arbeidsoppgaver handler om å involvere, forankre, motivere og skape fremdrift.

Med innsikt fra mange sektorer leder Marit prosjekter og støtter prosesser i fakultetene og avdelingene. Hun kobler fag- og sektorkunnskap med prosjekt- og prosesskompetanse for å sikre en effektiv ressursbruk ved høyskolen. Eksempler på dette er at hun har støttet og ledet strategiske utredninger og evalueringer for hele høyskolen.



Strategi- og prosjektdirektør Marit Aamold Sundby.

I tillegg bistår Marit høyskolen med strategisk planlegging, som handler om å sette retning for fremtiden. Analyser av styrker og svakheter, risiko og muligheter er et av verktøyene i strategisk planlegging. Slike analyser er med på å danne grunnlaget for valg og prioriteringer på kort og lang sikt for høyskolen.

ØKONOMIAVDELINGEN

Økonomiavdelingen ledes av økonomi- og finansdirektør Pål Nakken og består av åtte medarbeidere. Avdelingens oppgaver handler hovedsakelig om å utarbeide regnskap og annen lovpålagt regnskapsinformasjon. Andre sentrale oppgaver er å utbetale lønn, offentlige avgifter samt koordinere og sammenstille interne styringsdata som budsjett og likviditets- og resultatrapporter.



Fra venstre, øverst: Økonomi- og finansdirektør Pål Nakken, økonomisjef Magnus Andersen, regnskapskonsulent Yuvarani Kumar, regnskapskonsulent Hilde Berg, regnskapssjef Monica Lund Lien, lønns- og personalkonsulent Eva Halonen, regnskapskonsulent Ina Blaesing, lønnskonsulent Gunn Bjerkestrand og regnskapsmedarbeider Serife Uzel.



HR-konsulent Camilla Ekberg, personal- og driftssjef Rune Laberg og lønns- og personalkonsulent Eva Halonen.



HR- OG PERSONALAVDELINGEN

Høyskolen Campus Kristiania har sitt eget HR-team. Det består av personal- og driftssjef Rune Laberg, HR-konsulent Camilla Ekberg og lønns- og personalkonsulent Eva Halonen. De siste årene har høyskolen vokst, og det blir stadig viktigere med høy kompetanse i HR-avdelingen. Høyskolen skal være et sted med profesjonell utøvelse av lederskap, arbeidsmiljø og trivsel der kompetansedeling og utvikling står i fokus.

IT/LÆRINGSTEKNOLOGI

Avdelingen for IT/læringsteknologi er en kompetanseavdeling innen IT og læringsteknologi i høyskolen. Avdelingen består av 12 motiverte medarbeidere samt studentassistenter. Avdelingens oppgave er å drifte, støtte og utvikle høyskolens IT-løsninger. Samtidig skal avdelingen bidra til at høyskolen er i forkant av utviklingen rundt læringsteknologi samt skape arenaer for samarbeid og kompetanseutvikling i Læringsteknologisenteret, et senter hvor alle faglige vil kunne komme for veiledning i bruk av digitale læringsverktøy.

Fra venstre: IT-sjef Ståle Mørch, Mac-ansvarlig Jan Nilsen, webutvikler Linda Granstad, IT- og driftsansvarlig Jan Erik Båum, IT-konsulent og IT brukerstøtte Morten Øgard, Leder IT-drift og brukerstøtte Anders Handberg, leder læringsteknologi Anders Nome, seniorutvikler Ole Christian Brudvik, IT-konsulent og IT brukerstøtte Peter Valderhaug, multimediautvikler Trond Sørli, leder IT utvikling Tore Kollerud og IT-konsulent og drift Rune Bjørvik.



Kantinetjenestene på høyskolen leveres av Eurest, og bidrar til høyskolens læringsmiljø med god og sunn mat til studenter og ansatte. Fra venstre: Srikanthasamy Srijeevan, Lucas Gorecki og Linh Ai Le.



Fra venstre: John Newton Gilliland, Trond Farbu, Simba, Daniel Huluka og Srikanthasamy Srijeevan.

STUDENT- OG PERSONALKANTINEN

Når ansatte kommer på jobb kl. 08:00 og studentene skal ha «åndelig føde» i forelesningssalene kl. 08:30, har de ansatte på kaffebaren og på student- og personalkantinen allerede vært på jobb noen timer. Hver dag 06:00 begynner de å forberede frokost og lunsj til over 2000 studenter og flere hundre ansatte. På kjøkkenet tilberedes både kalde og varme retter, og hver mandag er det «meatless monday».

Om ikke det er nok, bistår også kantinepersonalet med mat og drikke til alle høyskolens møter, seminarer og arrangementer. De gjør en imponerende innsats for høyskolens fysiske læringsmiljø. De jobber ofte utover den faste arbeidstiden. Arbeidet de utfører, blir satt stor pris på!

DRIFTSAVDELINGEN

Driftsavdelingen består av personal- og driftssjef og innleide vaktmestere fra Eiendomstilsyn AS. Avdelingen har ansvaret for drift og vedlikehold av bygg, inventar og tekniske anlegg. Bl.a. drifter avdelingen eget bygg i Kirkegata 24–26, men har



Til høyre personal- og driftssjef Rune Laberg sammen med Alf Erik Solberg.

også driftsoppgaver knyttet til leide lokaler i Oslo. Avdelingen har ansvaret for driftsavtaler, kantine, renhold, vakthold, innkjøp m.m. for over 25 000 kvm bygningsmasse i Oslo sentrum. I tillegg har avdelingen ansvar for avdelingene i Bergen og Trondheim når det gjelder avtaler om lokaler og driftsavtaler knyttet til disse.

Høyskolen Campus Kristiania ønsker å forebygge stress og plager, og derfor tilbyr de massasje til de ansatte. Det er et populært og positivt tilbud som det blir satt stor pris på. Leverandøren her er «Forebyggende Helse», massøren heter Petter Larsen. I Bergen har de en annen leverandør.

MASSASJE





5

Vår pedagogiske bukett

De viktigste verdiene på en høyskole går på to ben, og kalles fagstab. Fagstaben underviser, veileder, sensurerer, forsker og formidler. De utvikler og vedlikeholder kurs, spesialiseringer og hele studier. De leser og forbereder undervisning. De reiser på forskningskonferanser for å holde seg oppdatert, og de mener masse om fagene de underviser i og kommuniserer om i auditorier, klasserom, foredragssaler, aviser, TV og radio.

De fleste av dem har også hatt en yrkeskarriere før de kom til Høyskolen Campus Kristiania. Fagstaben er slik sett høyskolens «førstefiolinister».

Her kan du lese mer om noen av dem.



TROND BLINDHEIM

Her er jeg, rektor, dosent, sosiolog, reklamemann, snekker, forfatter, hobbyfotograf og såkalt omdømmeekspert. Men blant venner og kolleger er jeg kun Trond, og slik liker jeg at det skal være. Jeg trenger ikke et skilt på kontordøren som forteller at jeg er rektor. Jeg skulle ønske at kollegaene mine også kuttet ut skikken med å henge de akademiske titlene sine opp på døren. Men de får holde på som de vil, for jeg er ganske snill.

Det jeg kan mest om her i verden, er markedskommunikasjon, forbrukeratferd og The Beatles. Markedskommunikasjon og forbrukeratferd har jeg holdt på med siden jeg var 25 år, Beatles siden jeg var sju. Før jeg kom til Campus Kristiania i 2005, var jeg ansatt på Handelshøyskolen BI. Før det igjen, jobbet jeg i reklamebyrå og mediebyrå. Det har blitt mange bøker, kronikker og foredrag opp gjennom årene, men dessverre er jeg for rastløs og utålmodig til å bli en ordentlig forsker. Det går liksom så mye fortere å sette seg inn i hva andre har funnet ut, enn å finne ut av tingene selv. Ellers er jeg far til fire, bor på Nesodden, men trives aller best på Korsika. Kjenner du meg nå? Neppe.



ARNE KROKAN

Jeg er 59 år og professor ved NTNU og Markedshøyskolen. Her under viser jeg i nettverksøkonomi som grunnlag for vekst i ulike organisasjoner, og i digital markedsføring. Mine siste bøker er *Forretningsmodeller og forretningsutvikling* (2014), *Nettverksøkonomi* (2013) og *Smart læring* (2012). Jeg er hyperaktiv i sosiale medier (@arnekr på Twitter) og rimelig aktiv på mange områder, deriblant som hyttebygger.



LARS ERLING OLSEN

Jeg er 38 år og professor i markedsføring. I jubileumsåret er jeg også instituttleder ved Institutt for markedsføring, Markedshøyskolen. Jeg er utdannet siviløkonom, har en doktorgrad og i tillegg et grunnfag i historie. Min jobb handler om å undervise og veilede studentene, men også om å utvikle ny kunnskap om faget gjennom forskning. I mine tidligere publiseringer og i nåværende prosjekter er jeg spesielt opptatt av psykologiske forklaringer på forbrukeratferd, effekter av markedskommunikasjon og markedsstrategier. Jeg har to barn i førskolealder. Mye av fritiden handler derfor om å følge opp familien, men jeg leser mye og har stadig ambisjoner om å bruke mer tid på tur i skog og mark. Gjerne med fiskestang.



TORE MYSEN

Jeg er ansatt som professor i markedsføring ved Markedshøyskolen, og jeg er 65 år gammel. Jeg underviser i internasjonal markedsføring og distribusjonssystemer, og forsker på samarbeidsforhold mellom bedrifter, også internasjonalt. Tidligere har jeg arbeidet i reklamebransjen, og jeg har erfaring som bedriftsetablerer. For tiden sitter jeg i styret ved Campus Kristiania. Utenom jobben er jeg opptatt av dykking, MC, friluftsliv og barnebarn.



ERIK MEHL

Jeg er høyskolelektor og 49 år gammel. Primært er det doktorgradsstudiene som krever det meste av tiden min for tiden (80 %). Jeg forsker på strategi og ledelse som grunnmur på spennende områder innen salg. Resten av tiden underviser jeg på salgsstudiet på Markedshøyskolen. Utover doktorgradsarbeidet og familien har jeg ikke noe annet liv.



GØRAN SVENSSON

Jeg er professor i markedsføring, og har rollen som forskningssjef ved Høyskolen Campus Kristiania. Som forskningssjef har jeg mange forskjellige arbeidsoppgaver. Jeg er selv aktiv forsker og jeg knytter kontakter og bygger relasjoner med forskere fra universiteter over hele verden. Jeg leder internasjonale forskningsprosjekter og veileder forskere både nasjonalt og internasjonalt. Utover forskning er jeg mye ute i naturen, jeg reiser mye og pleier omgang med familie, slekt og venner. Mitt motto er: Nå, ikke senere!



TORE FAGERNES

Jeg er 58 år, høyskolelektor og faglig studieleder for bachelorstudiet i HR og personalledelse på Markedshøyskolen og NKS Nettstudier. Som faglig studieleder er jeg ansvarlig for pedagogisk og faglig kvalitet på studieløpet, samtidig som jeg underviser i ledelse og organisasjonsfag. Jeg er bosatt på et småbruk. Dermed har jeg en aktiv fritid og bruker mye tid i skog og mark.

HELENE SÆTERDAL

Jeg jobber som instituttleder på Institutt for ledelse og organisasjon, og som førstelektor. Som instituttleder har jeg mange administrative funksjoner. I tillegg underviser jeg i arbeidspsykologi og i HR-strategi. Jeg har jobbet ved Campus Kristiania siden 2001 og har sittet i styret, rådsforsamlingen og i en rekke andre utvalg. Først i livet kommer familien – som jeg selvsagt er mest opptatt av utenfor jobben.



JON-ARILD JOHANNESSEN

Jeg er professor i ledelse og innovasjon ved Høyskolen Campus Kristiania. Jeg underviser i endringsledelse og innovasjon. Ved siden av undervisningen har jeg vært med å utvikle en master i ledelse ved Markedshøyskolen. Utenom jobben er jeg opptatt av religionsfilosofi, høner, hunder og andre levende skapninger.



Til høyre: Professor Runar Døving, her sammen med avgangsstudenter under bachelorveiledning.

RUNAR DØVING

Jeg er dr. polit. og professor i sosialantropologi ved Markedshøyskolen. Jeg har også en liten bistilling som forsker ved Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), der jeg har jobbet i snart 20 år. Jeg er 50 år. Min jobb er å undervise, forske og formidle. I skrivende stund forsker jeg på hva en transaksjon er, og om man kan forstå et samfunn gjennom å studere transaksjoner. Jeg har også forsket på turisme, mat, kjønn, makt, forbruk, distribusjon, uformell økonomi, kognitive klassifikasjoner, norsk kultur og ritualer. Jeg har skrevet flere bøker, et femtittalls faglige artikler på ulike nivåer, og om lag hundre kronikker. Jeg er også relativt mye brukt som intervjuobjekt og foredragsholder.

Jeg skiller ikke særlig mellom arbeid og fritid, og er opptatt av det sosiale livet, kvinner, mat, øl, fotball, barna mine, dans, bøker, film, politikk, biljard, rasisme, tegneserier, gatelivet – og alt merkelig som jeg måtte finne.



HENNING FRIBERG

Jeg er 49 år og høyskoleforeleser ved Høyskolen Campus Kristiania. Med bred faglig bakgrunn fra hotell- og reiselivsnæringen benytter jeg mye av min tid til å forelese og utvikle meg innenfor disse fagområdene. Mest av alt er jeg stolt av at vi i veldig mange år har hjulpet flotte, unge mennesker til å skape seg spennende karrierer i hotell- og reiselivsbransjen i Norge og i utlandet. Når jeg ikke er på jobb, er natur, sport og friluftsliv det beste jeg vet.



TOM KARP

Jeg er 53 år og professor i ledelsesfag ved Markedshøyskolen Campus Kristiania. Jeg forsker og underviser i ledelse, forandring, selvledelse, lederutvikling og personlig utvikling. Min forskning er publisert i internasjonale journaler, og i fagbøker. Jeg har en doktorgrad i forandringsledelse, er utdannet sivilingeniør og bedriftsøkonom, og har en mastergrad i ledelse. Før jeg ble akademiker var jeg næringslivsleder, og har vært med på å etablere firmaer. Jeg har også gjennom toppidrett og spesialstyrker i Forsvaret jobbet mye med selvledelse, mestring, prestasjonsorientering og personlig utvikling. Utenfor jobben har jeg en familie å ta vare på, jeg er opptatt av å trene, lese og å ikke gjøre noen ting...



JAN KÅRE BAUMANN

Jeg er 50 år og høyskolelektor ved Institutt for markedsføring på Markedshøyskolen. Som høyskolelektor underviser jeg i emnene salgsintroduksjon og salgsstrategier. I tillegg veileder jeg, og er emneansvarlig i disse fagene. Jeg har mastergrad i markedsføring fra Markedshøyskolen, og har praktisk-pedagogisk utdanning fra Høyskolen i Buskerud. Jeg er også utdannet statsautorisert eiendomsmegler fra Handelshøyskolen BI, og har erfaring fra salg og markedsføring av merkevarer. Ellers er jeg opptatt av holde meg faglig oppdatert, trene, reise og pleie kontakt med venner og familie.



TERJE GRANN

Jeg er høyskolelektor på Markedshøyskolen. Her er jeg emneansvarlig i bedriftsøkonomi, økonomi og samfunn og valgfaget bedriftsøkonomisk analyse. Jeg er også emneansvarlig i økonomi ved Norges Idrettshøyskole, og ekstern sensor ved mange av landets høyskoler. Utenfor jobben er jeg aktiv sportsmann, og jeg er idrettsleder i orientering, langrenn og fotball.



GRO LADEGÅRD

Jeg er førsteamanuensis i ledelse ved Markedshøyskolen, og forsker på ledelse og lederutvikling. Jeg har gjennomført flere prosjekter som handler om effekter av coaching som lederutviklingsverktøy. Resultatene er publisert i flere tidsskrifter, både i Norge og internasjonalt. Jeg arbeider for tiden med å utvikle lederes rolle og identitet i organisasjoner. Videre har jeg arbeidet med konsekvensene av loven om kjønnskvalifisering til styrene i store norske bedrifter. Jeg har publisert flere artikler om dette temaet, blant annet om hvordan kvinnelige styremedlemmer opplever situasjonen sin, hvilken innflytelse de har i styrene, og hvordan profesjonelle «hodejegere» vurderer kandidater til styreverv.



STEIN JUVIK

Jeg er utdannet siviløkonom fra NHH, og har spesialisert meg innen fagområdene organisasjon og ledelse, og strategi og markedsføring. Jeg har vært knyttet til Markedshøyskolen siden 1993, og har hatt forskjellige faglige og administrative funksjoner. Nå arbeider jeg som høyskolelektor, og som faglig koordinator ved Campus Kristiania i Bergen. Jeg arbeider også en del med kursutvikling, og er faglig veileder for NKS Nettstudier. På fritiden er jeg opptatt av sjø- og båtliv, og driver med fiske både i ferskvann og saltvann.



OLAV JOHANSEN

Jeg er 42 år og høyskolelektor på Markedshøyskolen. Jeg underviser i leder- og talentutvikling, forhandling, påvirkning og andre ledelsesfag på flere av våre studieløp. Utenfor jobben er jeg opptatt av erfaringsbaserte metoder for lederutvikling, og driver det lille selskapet Senter for erfaringsbasert ledelse.



KJERSTI RUUD WALAAS

Jeg er faglig studieleder for reiseliv på Markedshøyskolen. Som sosialantropolog og høyskolelektor foreleser jeg i fagområder som reiselivs- og opplevelsesutvikling, ulike typer av turister, konsekvenser av turisme, bærekraftig reiseliv og interkulturell kommunikasjon. Jeg forsker innen feltet kulturforståelse og kommunikasjon på internasjonale arbeidsplasser. I tillegg er jeg opptatt av å lede og utvikle reiselivsstudiet på Markedshøyskolen. I skrivende stund er jeg også leder av Forskerforbundet, som er fagforeningen til den faglige staben. På fritiden er jeg glad i å reise, lese og å være ute i naturen.



NILS HØGEVOLD

Jeg er førstelektor og faglig studieleder for bachelor i Markedsføring og salgsledelse. Jeg har tidligere utviklet og undervist i flere av markedsføringsfagene ved Markedshøyskolen, og har i dag mest fokus på fagområdet salg og salgsledelse. Ved siden av undervisningen forsker jeg på bærekraftige forretningsmodeller. Fra 2014 er jeg valgt som ansattes representant i Rådsforsamlingen for Campus Kristiania. Ved siden av jobben er jeg glad i jakt og friluftsliv.



KARL-FREDRIK TANGEN

Jeg er samfunnsgeograf, førstelektor og underviser i anvendt samfunnsvitenskap på Markedshøyskolen. Blant mine faglige interesser er forbruk, livsstil, klasseforskjeller, økonomisk historie, utdanning og dagens arbeidslivskultur. Jeg har skrevet fagtekster om disse temaene, for eksempel om bruken av sosiologen Pierre Bourdieus arbeider til å forstå forbruk, nettverk og makt og kunnskapsproletariatet – taperne i framtidens arbeidsmarked. Utover dette skriver jeg jevnlig kronikker i Dagens Næringsliv og er aktiv i den offentlige samtalen generelt. Før jeg begynte på Markedshøyskolen, jobbet jeg i reklamebyrået Bates. Jeg er opptatt av den praktiske bruken av samfunnsvitenskapens metoder og innsikter.



KARL PHILIP LUND

Jeg er 38 år, høyskolelektor på Markedshøyskolen og underviser i digital markedsføring. Ved siden av undervisningen driver jeg Kingspoint.no, et lite selskap som hjelper bedrifter med å skape suksesshistorier på nett. Utenfor jobben liker jeg å tilbringe tid i naturen, gjerne med padling og skigåing.



ELIN ØRJASÆTER

Jeg er 52 år og førstelektor på Markedshøyskolen. Jeg har ansvar for faget Personalledelse på HR-linja, men underviser også i organisasjonspsykologi og HR-strategi. Så jobber jeg alltid med en bok, ettersom jeg liker å skrive fagbøker. Utenom jobben blogger jeg litt, holder mange foredrag for næringslivet og driver et lite forlag som heter Trolltekst.



CASPER CLAUDI RASMUSSEN

Jeg 32 år og førsteamanuensis på Markedshøyskolen. Som en del av mitt arbeid underviser jeg studenter på KIF i Entreprenørskap. Ved siden av å undervise forsker jeg på raskt voksende bedrifter i Norge, og analyserer hva som kjennetegner disse bedriftene. Utenfor jobben bruker jeg mye tid med de to barna mine. Blir det tid til overs, sykler jeg en tur eller ser på fotballkamper med Manchester United.



ARNE NYGAARD

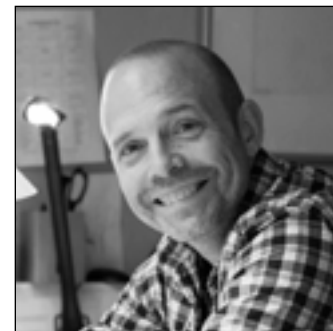
Jeg ble ansatt som professor i markedsføring ved Markedshøyskolen i 2014. Jeg er utdannet Dr. Oecon fra Norges Handelshøyskole i 1992, og har siden publisert over tjue forskningsartikler i internasjonale fagjournaler. I tillegg har jeg vært konsulent for en rekke internasjonale fagjournaler, internasjonale evalueringskomiteer og for bedrifter. Jeg har vært rådgiver for Senter for Næringslivsforskning (SNF) ved NHH, og gjesteforsker ved Wharton School, University of Pennsylvania og Smith School of Business, University of Maryland.

Jeg har også vært dekan ved Norges Markedshøyskole, og leder for doktorgradsprogrammet i markedsføring ved Handelshøyskolen BI. Sammen med professor Robert Dahlstrom var jeg redaktør for en spesialutgave av Journal of Retailing i forbindelse med Nobelprisen i økonomi i 2009, til ære for Oliver Williamson.



KJELL OVE ERNES

Jeg er 45 år. Jeg er tilsatt ved Markedshøyskolen som høyskolelektor i juridiske fag hvor jeg har emneansvar for arbeidsrett og markedsrett. Jeg underviser også i de samme fagene. Mye av min arbeidstid går med til å holde meg faglig oppdatert. På fritiden er jeg opptatt av natur og friluftsliv.



ADRIAN PERETZ

Jeg er 53 år og førsteamanuensis ved Markedshøyskolen. Jeg har min utdannelse fra NHH i Bergen og Columbia Business School i New York. I mange år, før jeg begynte ved Markedshøyskolen, har jeg arbeidet med merkevareledelse i næringslivet – deriblant hos Mills DA. Jeg er faglig studieleder for bachelor i Markedsføring og Merkevareledelse, og er ansvarlig for bachelorkurset i Merkevareledelse og masterkurset i Forbrukermarkedsføring. Mine forskningsinteresser ligger innenfor områdene forbrukeratferd, merkevarerestrategier og «prosocial» markedsføring (dvs. veldedighet, CSR osv.). Utenfor jobben er jeg glad i å lese, å reise og spille poengløs golf (jeg fører aldri scorekort – det er spaseraturen og det sosiale som teller).



Markedshøyskolen
Campus Kristiania



SANDER SVÆRI

Jeg er førsteamanuensis og prorektor ved Høyskolen Campus Kristiania. Jeg begynte som timeforeleser i 1999, og har de kommende årene vært studie- løpsansvarlig, studieleder, instituttleder og prorektor. Jeg trives godt med at Campus Kristiania er en arbeidsplass som alltid er i endring, der nye ideer og et mangfold av perspektiver får blomstre. På fritiden er jeg familiefar.



EIRIK HAUS

Jeg er høgskolelektor ved Markedshøyskolen. Jeg underviser i fagområder tilknyttet markedsføringsfaget, og av og til er jeg innom et og annet metodekurs. Jeg er faglig interessert i mye forskjellig, men markedsanalyse og strukturell nettverkteori ligger mitt hjerte nærmest.



ARVID FLAGESTAD

Jeg er førsteamanuensis og emeritus ved Markedshøyskolen. Her har jeg hatt fagansvaret for studiene i reiseliv og hotelledelse. Jeg har doktorgrad i strategisk ledelse. Mine sentrale forskningsområder er innovasjon og organisering og ledelse av reiselivsdestinasjoner – som inkluderer publisering på disse områdene i internasjonale forskningspublikasjoner.

Min arbeids- og forskningsbakgrunn inkluderer blant annet Handelshøyskolen BI, forskningsinstitusjonen ETOUR ved Midtswensk Universitet, Universitetet i St. Gallen, Harvard Business School, direktør i Eksportfinans og generalsekretær i Norges idrettsforbund og Olympiske komité. I tillegg til oppgavene ved Markedshøyskolen er jeg regulær gjesteforeleser ved blant annet universitetene i Eichstatt, Guangzhou, Innsbruck og Kharkov. På fritiden praktiserer jeg kajakpadling og trekkspillmusikk, og er styremedlem i Filharmonisk selskapsorkesters venner.



PATRICK VERDE

Jeg er førstelektor ved Markedshøyskolen Campus Kristiania hvor jeg foreleser og skriver om strategi, psykologi, endringsledelse, innovasjon og forretningsutvikling. Opprinnelig er jeg utdannet skolepsykolog fra Universitetet i Oslo, men det yrket har jeg aldri praktisert. Jeg har skrevet artikler om kundeorienterings- og kompetanseutfordringer, og er medforfatter på en bok om vekstutfordringer for små virksomheter. Før jeg ble førstelektor, drev jeg med utredningsvirksomhet og rådgivning for offentlig og privat sektor. Jeg har startet virksomheter i flere bransjer, og har erfaring både med fiasko og suksess. Jeg er aktiv seiler av alt som har mast, og er mye alene på havet.



BENT SOFUS TRANØY

Jeg er professor i statsvitenskap ved Markedshøyskolen. Som forsker er jeg opptatt av økonomisk politikk, særlig finanskriser, og maktbruk i markeder. Jeg underviser mest på masterstudiet, her har jeg ansvar for kurs i økonomisk historie og økonomisk sosiologi. Jeg bidrar også med kvalitativ metode og vitenskapsteori. Dessuten har jeg noen timer på et bachelorkurs som alle må ta, og som heter Økonomi og samfunn. Jeg holder ofte foredrag for organisasjoner og departementer om tema knyttet til forskningsinteressene mine. I likhet med flere av kollegene mine er jeg ofte villig når mediene ber meg om å stille opp.

Jeg har tre barn og liker å trene, selv om det ikke alltid er like lett å se det på meg.



RUNE BJERKE

Jeg er førsteamanuensis ved Markedshøyskolen. Jeg er emneansvarlig for kursene Event Management og Organisasjonsdrevet merkebygging. Jeg har også utviklet og leder arrangementet MH68°nord, som annethvert år finner sted i Lofoten og i Italia. Jeg jobber med forskningsprosjekter relatert til markedsføring, forbrukeratferd, merkebygging, organisasjon og menneskelige ressurser.

Ellers er jeg faglig og personlig interessert i reiselivsnæringen, destinasjonsutvikling, effekter av å plassere kunst i arbeidsmiljøet, foto og film. For tiden skriver jeg en artikkel og lager en dokumentarfilm om Edvard Munch. For øvrig har jeg doktorgrad fra University of Otago i New Zealand. Før jeg kom til Markedshøyskolen, arbeidet jeg i tilsvarende stilling ved Handelshøyskolen BI.



KJELL TERJE RINGDAL

Jeg er førstelektor og underviser i retorikk og samfunnspåvirkning. Jeg er spesielt glad i den klas-siske retorikkens anvendelighet i moderne kommunikasjon. Ved siden av den spennende jobben her på Markedshøyskolen, skriver jeg fagbøker om retorikk, taleanalyser og moderne massekommunikasjon. Dessuten er jeg rektor på det årlige Washingtonseminaret. Her samles norske politikere, journalister og kommunikasjonsfolk for å analysere og forstå amerikansk politikk, kultur og kommunikasjon. Innimellom holder jeg foredrag og kurs i Italia. Jeg har tre barn, to biler og en båt.



ØYSTEIN PEDERSEN DAHLEN

Mitt navn er Øystein Pedersen Dahlen. Jeg er 47 år og leder for Institutt for samfunnsvitenskap og kommunikasjon på Markedshøyskolen. I tillegg har jeg som faglig studieleder vært med på å utvikle bacheloren i PR og samfunnspåvirkning. I min undervisning er jeg opptatt av å gi studentene kunnskap om politikk, historie og samfunn, og å lære dem å bruke verktøy og begreper for samfunnsanalyse.

Jeg er førstelektor og har publisert artikler om innhold og presentasjonsformer i de nå fremvoksende nettavisene. Jeg har tidligere jobbet som kommunikasjonsrådgiver for blant annet Universitetet i Oslo, Norges forskningsråd, Kirkens Nødhjelp og Forum for Utvikling og Miljø. I fritiden mellom jobb og familie prøver jeg å sette av tid til å lese god skjønnlitteratur, hvor Knut Hamsun, Fjodor Dostojevskij, Dag Solstad, Karl Ove Knausgård og Sofi Oksanen er blant favorittene.



Markedshøyskolen
Campus Kristiania



CATHRINE VON IBENFELDT

Jeg er 40 år og høyskolelektor ved Markedshøyskolen. Du møter meg i forelesningssalen hvor jeg blant annet underviser i forbrukeratferd. Jeg er spesielt opptatt av å forstå de tilsynelatende irrasjonelle sidene ved oss forbrukere – jeg tror vi kan ta bedre beslutninger om vi kjenner til fallgruver av ubevisst og/eller emosjonell karakter. På fritiden samler jeg på opplevelser.



KRISTEN ALBERT ELLINGSEN

Jeg er 53 år og ansatt som førstelektor II i markedsførings- og ledelsesfag ved Høyskolen Campus Kristiania.

Mine arbeidsoppgaver er primært knyttet til undervisning, veiledning og annet studentrelatert arbeid. De siste årene har jeg undervist reiselivs- og hotellstudentene i ulike service- og markedsføringsfag. Jeg har vært involvert i flere utviklingsprosjekter innen reiseliv. Jeg er bosatt i Alta, og bruker mye tid på ulike typer friluftsliv.



JAKOB UTGÅRD

Jeg jobber som høyskolelektor på Markedshøyskolen, og underviser i fag innenfor service, varehandel og markedsføring. Akkurat nå er jeg mest opptatt av å fullføre min doktorgrad i markedsføring ved Handelshøyskolen BI, der jeg var stipendiat før jeg begynte på Markedshøyskolen. Tema for avhandlingen er samfunnsansvar og sosiale resultater i varehandel. Jeg ser spesifikt på hvordan organisasjonsform og egenskaper ved det lokale markedet påvirker butikkens oppførsel. Fremtidsplanene er å fortsette med forskningen innen mine interesseområder, og å bidra til at våre studenter lærer så mye som mulig.



HANNE STAVELIE

Jeg er 44 år og høyskolelektor ved Markedshøyskolen. Jeg underviser i språk, kultur og kommunikasjon, og har emneansvar for Akademisk lesing og skriving, International Business Communication og English for Business Communication.



Til venstre Katusha Otter Nilsen, her sammen med Lora Shpak

KATUSHA OTTER NILSEN

Jeg er 43 år og nylig ansatt som høyskolelektor ved Markedshøyskolen. Her skal jeg undervise i emnet Marked og samfunn, faget som potensielt gir studentene masse «kred», pondus og flyt på sine framtidige arbeidssteder. Vi må utdanne reflekterte samfunnsborgere som kan se sin rolle i historisk og aktuelt perspektiv, og her skal jeg gjøre mitt. Utenfor jobben er jeg opptatt av å lese, drømme og reise så langt og så ofte en mor med tre små barn kan tillate seg.



NILS MARIUS APELAND

Jeg arbeider som høyskolelærer i på Markedshøyskolen i 40 prosent stilling. Jeg underviser hovedsakelig på bachelorstudiet i PR og samfunns-påvirkning, et studium jeg var med å utvikle og lansere høsten 2012. I 20 år har jeg jobbet som kommunikasjonsrådgiver, så jeg tar med meg mange praktiske erfaringer inn i forelesningene. Det setter studentene pris på. Jeg skrev Norges første bok om omdømmebygging, men har ennå ikke publisert noe vitenskapelig. Jeg holder imidlertid mange foredrag, og har min egen fagblogg der jeg skriver om PR og kommunikasjon.



HELENE TRONSTAD MOE

Jeg er 37 år og jobber som førsteamanuensis på Markedshøyskolen. Jeg underviser i faget rekruttering og prestasjonsledelse, og forsker på emner innen organisasjonspsykologi, som for eksempel temaer relatert til personlighet, arbeid og viljestyrke. Ellers er jeg jobbskript i Aftenposten.



IVAR BREDESEN

Jeg er 56 år og dosent II i bedriftsøkonomi ved Markedshøyskolen. Utdannelsen som siviløkonom har jeg fra Handelshøyskolen i Bergen. I tillegg har jeg tre mastergrader, to fra Heriot-Watt University i Edinburgh og én fra Kiel Institute for the World Economy (Institut für Weltwirtschaft.) Jeg har utgitt flere fagbøker, og publisert forskning i internasjonale tidsskrifter.



DAG INGE FJELD

Jeg er utdannet fra Handelsakademiet i Oslo og er for tiden vikar for rektor Trond Blindheim på spesialiseringen i Reklame og visuell kommunikasjon ved Markedshøyskolen. I tillegg foreleser jeg i kurset Politisk kommunikasjon på høyskolens PR-studium. Når jeg ikke er på Markedshøyskolen, arbeider jeg med målgruppeanalyse i et firma jeg er medeier i. Interessene mine er mange, men jeg er særlig interessert i internasjonal politikk, samfunn, historie, trening og musikk.



KJETIL OLAUSSEN

Jeg er 37 år og utdannet sosiolog fra London School of Economics and Political Science (LSE). Høsten 2010 ble jeg stipendiat på Markedshøyskolen og doktorgradstudent ved Universitetet i Oslo. Der arbeider jeg med en avhandling som forenklet sagt handler om selvstyring og entreprenørskap. Jeg har for øvrig erfaring innen markedsanalyse, og som skribent og kommentator i riksmidlene.



ERLING DOKK HOLM

Jeg er førsteamanuensis og dekan ved Markedshøyskolen. Av utdanning er jeg statsviter fra Universitetet i Oslo, og jeg har en doktorgrad fra Arkitektshøyskolen i Oslo. For øvrig er jeg også aktivt med i samfunnsdebatten, både gjennom min spalte i Dagbladet Magasinet og spalten i Dagens Næringsliv hvor jeg skriver om byutvikling og arkitektur. Ellers har jeg skrevet noen bøker og en god del bidrag til antologier og tidsskrifter. Jeg er også veldig glad i uteaktiviteter.



SHARAM ALGHASI

Jeg har doktorgrad i sosiologi fra Universitetet i Oslo, og arbeider som førsteamanuensis ved Markedshøyskolen. Her har jeg ansvar for kursene Kvalitativ metode, Media, kultur og samfunn og Medier og mediehåndtering. I tillegg er jeg ansvarlig for kurset i vitenskapsteori på masterutdanningen i markedsføring. Ellers har jeg skrevet bøker, vitenskapelige artikler, kronikker og deltatt som samfunnsdebattant på TV, i radio og aviser. Før jeg kom til Markedshøyskolen, tjente jeg til livets opphold ved Høyskolen i Oslo og Akershus, og før det arbeidet jeg ved Norsk utenrikspolitisk institutt, Universitetet i Oslo, Oslo kommune og UDI.



NICHOLAS IND

Jeg er utdannet i engelsk litteratur og historie i Storbritannia, og har en MBA og også en PhD i filosofi fra European Graduate School i Sveits. På Markedshøyskolen underviser jeg i kreativitet, merkebygging og innovasjon. Andre interessefelt er filosofi i lederskap, Living the Brand, co-creation og kunst. Jeg har skrevet en rekke artikler og elleve bøker (mest kjent er Living the Brand). For øvrig er jeg gjesteprofessor ved henholdsvis ESADE, Barcelona og Edinburgh Napier University. Jeg har tidligere arbeidet i FutureBrand og Icon Medielab i Stockholm.



TARJE GAUSTAD

Jeg er høyskolelektor på Markedshøyskolen. Jeg er utdannet sivilmarkedsfører fra Handelshøyskolen BI, har graden cand. merc. i strategi og ledelse fra Norges Handelshøyskole, og er i ferd med å avslutte min doktoravhandling ved Handelshøyskolen BI. Forskningsfeltet mitt er forbrukeratferd, merkevarer og markedskommunikasjon. Min praktiske erfaring som strategisk rådgiver for bedrifter har jeg fra MarkUp Consulting.



RANVIR RAI

Jeg er høyskolelektor på Markedshøyskolen, utdannet sivilingeniør i industriell økonomi og teknologiledelse fra Universitetet i Stavanger, og er i ferd med å avslutte min doktoravhandling ved Handelshøyskolen BI. Undervisnings- og forskningsområdet mitt er tjenesteinnovasjon og innovasjonsledelse. Jeg har også mange års erfaring som rådgiver i teknologiledelse i næringslivet.



ANASTASIA MARIUSSEN

Jeg er førsteamanuensis i reiseliv ved Markedshøyskolen. Min utdannelse er fra Oxford Brookes University. Der tok jeg først en MSc-grad i International Hotel and Tourism Marketing, deretter en doktorgrad med avhandling om internettmarkedsføring og resultatmåling innen hotell og reiseliv. Mine forskningsinteresser er innen markedsføring og distribusjon på internett og i sosiale medier. Jeg er aktiv i mange internasjonale forskningsnettverk, og har erfaring som redaktør i akademiske tidsskrifter.



KRISTIN UNDHEIM

Jeg er høyskolelektor og faglig studieleder på bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling ved Markedshøyskolen. Utdannelsen min er fra NTNU, hvor jeg tok en cand. mag-grad, og fra London School of Economics and Political Science (LSE), hvor jeg tok en mastergrad i politisk sosiologi. Ellers har jeg vært partner i analysebyrået Indianer, direktør for trend- og fremtidsanalyse i Opinion samt analytiker i Bengal Consulting. Mine faglige interesser er forbrukertrender og sosial og kulturell endring, driver- og scenarieanalyser samt temaområdene arbeidsliv, kvinner og urbanisme. Jeg holder ofte foredrag for næringslivet, og kommenterer aktivt i pressen. Jeg sitter også i styret til BN Bank.



CECILIE STAUDE

Jeg har en høyskolelektor II-stilling ved Markedshøyskolen Campus Kristiania, hvor jeg foreleser i sosiale medier og digital kommunikasjon. Til vanlig jobber jeg på Handelshøyskolen BI i Nydalen, og holder også mange foredrag om sosial kommunikasjon for næringsliv, politikere, organisasjoner, etc. Det synes jeg er veldig gøy! Jeg brenner for det jeg holder på med, og synes jeg har verdens morsomste jobb.



Markedshøyskolen
Campus Kristiania



YNGVE DAHLE

Jeg er siviløkonom fra Norges Handelshøyskole, og har i tillegg eksamen i statsvitenskap fra Universitetet i Bergen. På Markedshøyskolen er jeg høyskolelektor II, og underviser i entreprenørskap og innovasjon. Jeg har mange års erfaring som gründer og bedriftsetablerer. Mine faglige interesser er knyttet til innovasjon og bedrifter i vekstfasen.

KETIL RAKNES

Jeg er høyskolelektor ved Markedshøyskolen. Jeg har en mastergrad i amerikansk politikk fra Georgetown University. Under USA-oppholdet hadde jeg en periode også ansvaret for å legge opp studieturer til Washington DC for norske studenter, politikere og informasjonsfolk. Før jeg begynte på Markedshøyskolen, var jeg statssekretær i Miljøverndepartementet i Stoltenberg II-regjeringen.

Jeg har også vært politisk rådgiver for SV på Stortinget, politisk rådgiver i Kunnskapsdepartementet, seniorrådgiver i Burson-Marsteller Norge, Morgenbladets USA-korrespondent i 2006–2007 og kommunikasjonsrådgiver i Norges Røde Kors (2005–2006). Jeg har også skrevet boken *Høyrepopulismen hemmeligheter* som handler om veksten til de høyrepopulistiske partiene i Europa.



MARIT ANTI

– Hva gjør jeg? Jeg er interessert i blandingen av selvinteressesøkende og altruistiske forventninger samt andre adferdsøkonomiske problemstillinger. Jeg underviser ved ulike universiteter og høyskoler på bachelor-, master- og doktorgradsnivå. På Markedshøyskolen underviser jeg i statistikk og metode. Jeg har en doktorgrad fra Handelshøyskolen BI.

HÅVARD HANSEN

Jeg er professor II ved Markedshøyskolen, her underviser jeg i forbrukeratferd. Jeg er opptatt av alle de tingene vi gjør i rollen som forbrukere, og om dette har jeg skrevet en lang rekke vitenskapelige artikler og noen bøker. Når jeg ikke forsker, foreleser eller holder foredrag, klatrer, går eller løper jeg i fjellet, så høyt jeg kommer. Ellers leker jeg også mye med Pjokken. Hovedstillingen min er ved Universitetet i Stavanger.

JOYCE MCHENRY

Jeg er ansatt som førsteamanuensis på Markedshøyskolen. Jeg underviser i International Human Resource Management (IHRM), og er opptatt av ledelsesutfordringer i den globale verden. Jeg har selv jobbet med og forsket på IHRM og International Business i Vietnam og Kina. I forelesningene mine trekker jeg ofte frem mine personlige erfaringer.

BIRGER OPSTAD

Jeg er 40 år og førsteamanuensis II på Markedshøyskolen. Jeg har hatt bistillinger ved Markedshøyskolen siden 2002. Først som timelærer, deretter som høyskolelektor og de siste årene som førsteamanuensis. Jeg har undervist i flere emner på alle studieprogrammer. Det jeg har undervist mest i, er kvantitativ metode, hvor jeg også er emneansvarlig. Mine forskningsinteresser befinner seg i skjæringspunktet mellom forbrukeratferd og merkeledelse. Til daglig har jeg hovedstillingen min ved Høgskolen i Buskerud og Vestfold (HBV). Fritiden går med til mine to barn, og til turer i skog og mark.

SOLVEIG GARNES

Jeg er 37 år og høyskolelektor ved Markedshøyskolen Campus Kristiania. Jeg underviser i fag både innen hotell- og reiselivsledelse. Jeg er i ferd med å avslutte en doktorgrad i ledelse som handler om styrearbeid i reiselivsorganisasjoner. Destinasjonsledelse, organisering og utvikling er blant mine forskerinteresser, men jeg er også engasjert i prosjekter som ser på unge servicearbeidere samt lykke og livskvalitet i ferienesammenheng. På fritiden finner du meg i hagen, på hytta eller på fjelltur med familien.



ALICE TONZIG

Jeg er førsteamanuensis ved Markedshøyskolen. Jeg har undervist i engelsk, tverrkulturell kommunikasjon og storytelling for reiseliv og hotell. Det siste året har jeg hatt en modul i storytelling innenfor International Business Communication. Alt tyder på at det er storytelling som kommer til å bli mitt hovedområde for undervisning og forskning. Utenfor Campus Kristiania er jeg veldig glad i å undervise mitt eget morsmål, italiensk, og jeg er en aktiv oversetter – jeg har spesialisert meg på ungdomslitteratur.



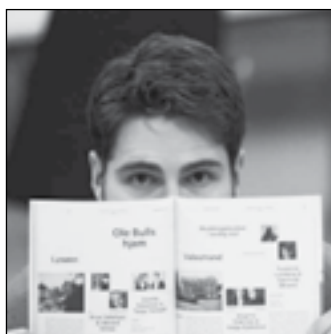
RANDI HOBØL

Jeg er studieleder på Illustrasjon ved Norges Kreative Høyskole. I tillegg til å undervise illustrasjonsstudentene underviser jeg også i Kultur og samfunn og Visuell kommunikasjon. Jeg er styreleder i Grafill, en interesseorganisasjon som våre studenter ved NKH er eller kommer til å bli medlemmer av. Jeg er utdannet ved Kunsthåndverkskolen innen grafisk design og illustrasjon, men har de siste to årene valgt å ta opp igjen masterstudier innen Kultur og samfunn.



GUSTAV KVAAL

Jeg 45 år og har en 50 prosent stilling som hovedlærer i Illustrasjon ved Norges Kreative Høyskole i Bergen. Når jeg ikke underviser ved NKH, driver jeg et eget produksjonsselskap med tegnefilm, illustrasjon og grafikk som virkefelt.



FREDRIK EIVE REFSLI

Jeg er 34 år og studieleder for bachelor i grafisk design. Jeg brenner for å utdanne reflekterte og relevante designere, og underviser selv i typografi og visuell identitet. Utenom kontortid er jeg også opptatt av visuell kommunikasjon – å være grafisk designer er ikke et yrke, men en livsstil.



ERIK LERDAHL

Jeg er professor i kreativitet, og har en doktorgrad i dette emnet fra NTNU i Trondheim. Jeg underviser i kreative metoder på ulike bachelorgradstudier ved Norges Kreative Høyskole. Jeg skriver fagbøker innen kreativitet, innovasjon, samhandling og møteledelse. Jeg bor i Stavanger og er trebarnsfar. Jeg leder mitt eget selskap, Slagkraft AS, som spesialiserer seg på kreativitet, møteledelse og innovasjonsprosesser. Jeg skriver jevnlig kronikker, og er opptatt av å fremme kreativitet som en grunnleggende kompetanse i skole, utdanning og arbeidsliv.



CARL-ERIK GRIMSTAD

Jeg er utdannet statsviter og arbeider som førsteamanuensis på Høyskolen Campus Kristiania. Der er jeg kursansvarlig, medieforsker og foreleser både på Norges Kreative Høyskole og Markedshøyskolen. Jeg har skrevet flere bøker og artikler. Før jeg kom til Campus Kristiania, har jeg hatt jobber som henholdsvis souschef ved det kongelige slott, forsker ved Institutt for Journalistikk, mediekommentator, Press Information Officer i UNIFIL, journalist, informasjonsrådgiver og forfatter.



CHRISTINE CALVERT

Jeg er studieleder på fagutdanningen Digital markedskommunikasjon ved NKH. Jeg brenner for faget og undervisningen og blir aldri ferdig med å lære meg nye ting. Relasjonsbygging og nettverk er viktig for meg – ikke minst overfor studentene mine, som jo senere blir mine kolleger i den digitale verdenen. Ved siden av jobben min sitter jeg i styret til Campus Kristiania.



MAGNE SANDNES

Eg er den eine hovudlæraren i foto i Bergen. Eg underviser hovudsakleg i dei tekniske greiene, som kva knapp ein skal trykke på, og når ein skal gjere det. Studioa og printerane er òg mine bord. Eg jobbar som reklamefotograf når eg ikkje er på skulen, utover det sit eg mykje innandørs.



JOAR E. M. KLETTE

Jeg er 36 år og hovedlærer på NKH filmstudiet i Bergen. Jeg har studert film ved Universitetet i Bergen og ved London Film School. Dessuten er jeg siviløkonom fra NHH. Jeg underviser i manusskriving, regi og produksjon. Jeg er lidenskapelig opptatt av Katalonia, og håper separatistbevegelsen vinner frem. Visca Catalunya.



JØRGEN ORHEIM

Eg er 33 år og kjem frå Vinje i Telemark. Eg er utdanna musikkteknolog frå NTNU i Trondheim. Som studieieiar for Musikkdesign ved Norges Kreative Høyskole har eg, i tillegg til å undervise, ansvar for at utdanninga er på eit høgt fagleg og pedagogisk nivå i alle avdelingar. Eg spelar trompet og instrument med tangentar, har jobba i lydstudio med komposisjon og produksjon – og er opptatt av korleis lyd og musikk bidrar som historieforteljarar i ulike medium.



BIBBI VON KØRTVELYESSY

Jeg er studieleder på Grafisk design ved Norges Kreative Høyskole. Etter 24 år som foreleser, hovedlærer og studieleder på et spennende fagområde, hele tiden i utvikling, takker jeg for meg sommeren 2014. Med de interessene jeg har for tegning, maling, lesing, hagearbeid, mat og vin, i tillegg til å tilbringe tid med alle mine barnebarn, ser jeg nå frem til å kunne praktisere store deler av det morsomme yrket mitt som hobby.



ERIK GIHLE

I dag er jeg studieleder på Grafisk design, fagskoleavdelingen. Jeg er født i 1977 og har vært lærer på Norges Kreative Høyskole siden 2001. Ved siden av dette drifter jeg eget firma hvor hovedoppgavene er å hjelpe bedrifter til å bli synlige for sine kunder, både på digitale flater og i det virkelige liv. Utenfor arbeidstiden er jeg opptatt med fagrelaterte spørsmål. I 2015 vil jeg fullføre min mastergrad i interaksjonsdesign.



JARLE M. FOTLAND

Jeg er 45 år og førsteamanuensis og studieleder på bachelor i interiør ved Norges Kreative Høyskole. Vårt bachelorstudium er ungt, og startet opp for første gang høsten 2013. Det har vært utrolig spennende å utvikle et nytt studium, og å få påvirke hvordan fremtidige aktører innen interiørarkitektur skal bli. Blant flere «søyler» i utdanningen er det en hovedvekt på bærekraftig design og universell utforming. For meg er det viktig å ha fokus på en bærekraftig framtid innen vårt fagområde spesielt, men også innen design generelt. Hverdagen er innholdsrik og spenner fra undervisning og studentkontakt, til administrasjon og utvikling av studiet. Jeg sitter også som faglig representant for NKH i Høyskolekollegiet.



MAGNE JOHANNESSEN

Jeg er studieleder på bachelor i kreativ markedskommunikasjon ved Norges Kreative Høyskole. Dagene er travle med undervisning, veiledning og diverse store og små prosjekter. Det er markedsføring og markeds-kommunikasjon som er mine felt. På fritiden trener jeg og leser mye.



JØRN ADDE

Jeg er hovedlærer på foto i Trondheim. Jeg har fire års utdanning, tretti års praksis med egen virksomhet, og jeg har undervist helt eller delvis i tretten år. Jeg elsker jobben min og er ganske aktiv med diverse sportslige aktiviteter. Siste lidenskap er en nyanskaffet Harley Davidson.



REMI KRISTIANSEN

Jeg er 31 år og studieleder i 3D og animasjon ved Høyskolen Campus Kristiania. Som studieleder har jeg ansvar for det faglige ved studiet. Jeg underviser både i historiefortelling og i de dataprogrammene vi bruker. Utenfor jobben driver jeg med spillutvikling i firmaet Process.



FINN MCALINDEN

Jeg er studieleder i film på Norges Kreative Høyskole. Som studieleder er jeg ansvarlig for den faglige kvaliteten samt utviklingen av filmlinjen. Jeg underviser også i filmteori, analyse og filmhistorie. I tillegg til jobben ved Campus Kristiania er jeg medeier i et filmselskap som blant annet lager dokumentarfilm. Dette arbeidet opplever jeg som viktig fordi jeg hele tiden må oppdatere meg selv i forhold til endringene som skjer i bransjen. Dette er erfaringer jeg tar med meg inn i undervisningen.



KEN PAULSEN

Jeg er hovedlærer på interaksjonsdesign-studiet ved Norges Kreative Høyskole. Som hovedlærer underviser jeg hovedsakelig i tekniske fag som er knyttet til implementering og testing av design på interaktive flater. I tillegg driver jeg firmaet PaulsenNet hvor jeg utfører oppdrag som webutvikler. Ved siden av undervisning og egne oppdrag bruker jeg tiden min på interaktive sosiale opplevelser, i både digitale og analoge situasjoner.



LINN SOLSTAD KARLSEN

Jeg er 28 år og hovedlærer i interiør på Norges Kreative Høyskole. Min største styrke er den lidenskapen og motivasjonen jeg har for faget mitt, noe jeg til daglig har som mål å smitte over på studentene. Dette, kombinert med den administrative delen av jobben, passer meg utmerket. Min estetiske interesse – og sans – følger meg også utenfor jobben, og jeg er over middels interessert i mote, restauranter og hoteller.



EIRIK BACKER

Jeg er 24 år og hovedlærer i interaksjonsdesign på Norges Kreative Høyskole Trondheim. Som ny lærer på et nytt studium er det like mye læring for meg som for studentene. Arbeidsdagene er artige, og kollegaene er fantastiske. Ved siden av å undervise sitter jeg i styret til Trondheim Developer Conference, jeg er aktiv i byens faggrupper og jeg tar på meg frilansoppdrag for både byråer og egne kunder – innenlands og utenlands. Skulle det være et ledig øyeblikk, spiller jeg gjerne piano.



LARS RICHARD BACHE

Jeg er 44 år gammel og studieleder for journalistikkutdanningen på Norges Kreative Høyskole, en jobb jeg har hatt i ti år. Jeg var i fast journalistjobb allerede da jeg var 19, og hadde 12 år som journalist før jeg ble kommunikasjonsrådgiver for banken Nordea. Kombinert med dette har jeg tatt lærerutdanning ved Høgskolen i Oslo. I tillegg til den pedagogiske utdanningen har jeg mellomfag i nordisk og grunnfag i idrett.

Jeg er brennende opptatt av media og utviklingen i bransjen. Som utdanningen tilsier, er jeg engasjert i litteratur, språk, politikk og samfunnskunnskap, i tillegg til sport og idrett. Foruten å ha vært lærer for journalister de seneste ti årene, har jeg like lang fartstid i å utdanne fotballspillere – fortsatt jobber jeg som fotballtrener på fritiden.



BEATE NILSEN

Jeg er studieleder på interiør ved Norges Kreative Høyskole og underviser i dette faget både på fagskoleutdanningen og på bachelorstudiet. Jeg sitter i læringsmiljøutvalget som faglig representant. En studieleder har mange forskjellige oppgaver, jeg underviser og administrerer faget og lærerne. Jeg må holde tett kontakt med fag- og hovedlærerne i Oslo og ved avdelingene. Jeg er opptatt av å ha et godt læringsmiljø for studentene. I fritiden leser jeg mye og er glad i å være på tur.

MORTEN VAGLENG

Jeg er født i midten av forrige århundre. Det vil si at jeg har rundet seksti år. Jeg underviser i programvaren Adobe på mac-design, og på grafisk-, journalist-, foto- og reklamestudiet. Når jeg ikke jobber eller oppdaterer meg faglig, prøver jeg å stikke til skogs med kamera og fluestang.



Morten Vagleng, Bojan Mrkaljevic og Roar Samsing.

IVAR STORENG

Som sivilarkitekt og lektor har jeg undervist og vært hovedlærer i 16 år ved Norges Kreative Høyskole i fagene interiør, layout og tekstutvikling. I tillegg jobber jeg som tekstforfatter, spiller piano og dyrker livet i båt!

RUNE ØYVIND FLØTRE

Jeg underviser som faglærer i grafisk design ved NKH Trondheim. Jeg har bachelor i Communication Design fra RMIT University og pedagogikk fra Høyskolen i Volda. Jeg savner høyere fjell i Trondheim.

ARNT IVAR TILSET

Jeg deler kontor med Astrid og Håkon på NKH i Trondheim. Her er jeg hovedlærer på 3D og Animasjon, det feteste faget som fins. Bedre enn svart magi og superlim til sammen. Vi kan lage hva som helst! Jeg har hatt dilla siden jeg var 12 år. Jeg liker også å ta bilder av små dyr, og ser gjerne populærvitenskapelige fjernsynsprogrammer om verdensrommet. Elsker sjokolade, hater fotball.

TOR EDVIN STRØM

Jeg er 40 år og hovedlærer på illustrasjonsstudiet til Norges Kreative Høyskole. Jeg er også emneansvarlig for visuell kommunikasjon på bachelorstudiet i Kreativ markeds-kommunikasjon. I tillegg til den faste jobben gjennomfører jeg et praktisk studium i klassisk billedkunst, og jeg er ofte på galleribesøk.

ARILD HAMRE

På tredje året har jeg nå vært hovedlærer i journalistikk ved Norges Kreative Høyskole i Bergen. Jeg har litt høyskole- og universitetsutdanning, hovedsakelig med realfag. Journalistikk har jeg lært ved å jobbe i lokalaviser i og rundt Bergen, og litt andre steder. De to siste årene har jeg ledet juryen som kårer beste journalistikk i Hordaland (Gullparaplyen), og jeg er tilkallingsvikar som såkalt sideprodusent i Bergens Tidende. Det er nyttig som lærer å holde kontakten med faget! Jeg har en hytte å dra til (som trenger oppussing) og et hus (som skulle vært malt og byttet tak på).

HELGE KIRKAUNE

Jeg er 39 år og jobber nå som hovedlærer på 3D og animasjon i Bergen. Jeg har vært i systemet som timelærer og fast ansatt siden 1999. Nå underviser jeg i Adobe-programmene, Photoshop, Illustrator, Indesign, litt flash og web. Jeg er også IT-kontakten her i Bergen. Fritiden brukes til musikk (jeg er en av dem som fortsatt kjøper cd-er), festivaler (stort sett i utlandet), scooterturner og ølbrygging.



Sandra Blikås, Hege Wang, Siri Glein, Mari Nilsen, Mia Vollan Kiønig, Laila Olsen, Kristin Tiller, Astrid Oftedal, Erik Backer, Edvart Rønning, Alexander Schei, Stian Ulveraker, Rune Fløtre, Kjell Inge Breivoll, Arnt Ivar Tilset, Olav Aasheim og Hans Kristian Tiller.



Til venstre Jostein Steene-Johannessen og Jo Andreas Gundersen

JOSTEIN STEENE-JOHANNESSEN

Jeg er 38 år og førsteamanuensis ved Norges Helsehøyskole. Mine arbeidsoppgaver er knyttet til fagansvar, undervisning og forskning innen fysisk aktivitet og helse. Utenom jobb har familie og tre barn fullt fokus, men jeg passer på å få tid til trening og en uke med høstjakt på fjellet.



HILDE SKJERVE

Jeg heter Hilde Skjerve og er instituttleder ved Institutt for Akupunktur ved Norges Helsehøyskole. Jeg er utdannet akupunktør og pedagog. Foruten å være instituttleder sitter jeg i Rådsforsamlingen for Høyskolen Campus Kristiania. Min arbeidsdag består både av administrative og faglige gjøremål, men ikke minst – undervisning – det beste av alt. Jeg siterer ofte John Dewey som sa: Utdannelse er ikke en forberedelse til livet; utdannelse er selve livet.



LARS ERIK BRAAUM

Jeg er 30 år og høgskolelektor ved Høyskolen Campus Kristiania. Her underviser jeg i fag knyttet til bachelorgradene Fysisk aktivitet og ernæring og Livstilsendring og folkehelsearbeid. I tillegg er jeg PBL-veileder i MED-fagene på første året og engasjert i prosjekter i fakultetet. Utenfor jobben er jeg opptatt av å lese, i tillegg er jeg interessert i engelsk og norsk fotball, samt norsk ishockey.



JOHN MAGNE KALHOVDE

Jeg er 45 år og jobber som førstelektor og utviklingssjef ved Norges Helsehøyskole. Mitt fagområde er humanfysiologi, med spesielt fokus på muskel- og nervesystemet. I tillegg til å undervise og forske, har jeg som utviklingssjef en overordnet rolle for «U-en» i FOU-arbeidet ved vårt fakultet. Jeg er svært opptatt av å utvikle et optimalt og moderne læringsmiljø for våre studenter, som best mulig sikrer dem den kunnskapen de trenger for å lykkes i arbeidslivet. Utover jobben er jeg opptatt av å ha en aktiv livsstil, og jeg er glad i å reise.

PER MORTEN FREDRIKSEN

Jeg er 48 år og er professor og forskningsansvarlig ved NHCK. Som professor forsker jeg innen treningsfysiologi og underviser i anatomi, biomekanikk, respirasjonsfysiologi, vitenskapslære og en del andre mindre fag. Jeg er medlem av fakultetsledelsen, høyskolens forskningsutvalg og høyskolekollegiet. På fritiden er jeg opptatt av å trene, da mest styrketrening, sykling, ski, padling og dekktrekking, samt å holde hage og hus i stand.

OLE PETTER HJELLE

Jeg bosatt på Nøtterøy i Vestfold er 44 år gammel. Til daglig er jeg førstelektor ved Norges Helsehøyskole i Oslo. Her underviser jeg i anatomi, fysiologi og sykdomslære ved bachelorstudiene våre. Jeg er utdannet lege ved Universitetet i Oslo (1997), har jobbet med en doktorgrad i hjerneforskning og har til sammen 10 års erfaring som lege, både fra allmennpraksis og sykehus. De siste ti årene har jeg undervist nærmere 3 000 timer på universitets- og høyskolenivå og veiledet over 500 nettstudenter.

I fritiden er jeg glad i idrett og friluftsliv. Jeg har tidligere vært aktiv maratonløper og prøver fortsatt å få meg en daglig løpetur. Har også drevet med fallskjermhopping i mange år, og har over 7 500 hopp. Så når det er blå himmel, finner du meg gjerne hengende i skjerm over Tønsberg.



Fra venstre: Camilla Seem, Martin Engedahl, Pål Andre Amundsen, Lasse R. Thamdrup, Christian Fossum, Line Rølvaag Juberg, Ronja Strømsbord Lund, Tina Barlie Thorbjørnsen og Torill Hafskolt.



CAMILLA SEEM

Jeg er 25 år og utdannet osteopat. På NHCK jobber jeg som klinikkveileder på Studentklinikken for osteopati, der tredje- og fjerdeårs-studentene møter sine første symptomatiske pasienter. Studentklinikken er et viktig bindeledd mellom teori og praksis, og er med på å forberede studentene på arbeidslivet som osteopat. Tett oppfølging og veiledning er viktig for å gi studentene trygghet til å praktisere og videreutvikle det de allerede har lært. Dessuten er det med på å sikre en trygg, god og effektiv pasientbehandling.

Mine interesser utenfor jobben er dans og styrketrening.

MARTIN ENGEDAHL

Jeg er høyskolelektor og klinikkleder på Studentklinikken ved Institutt for osteopati. I tillegg til arbeidet på Studentklinikken har jeg også undervisning. Utover dette jobber jeg med det norske ungdomslandslaget i ishockey. Selv spiller jeg ishockey for Prinsdalen Wheels. Jeg er far til Vilde og forlovet med Solveig og trives med fysisk aktivitet, god musikk og gode bøker.

PÅL ANDRÈ AMUNDSEN

Jeg er 27 år og foreleser ved Norges Helsehøyskole, Institutt for osteopati. Det innebærer at jeg underviser i et bredt spekter av temaer innen helse. Det er det som gjør hverdagen spennende, det er hele tiden nye utfordringer. Utover dette bruker jeg mye tid på å oppdatere meg faglig. Når sommeren kommer, kobler jeg av med å tilberede colamarinerte ribber og nyte en utepils.

LASSE R. THAMDRUP

Jeg er 44 år og høyskolelærer i osteopati ved Helsehøyskolen Campus Kristiania. Jeg brenner for faget osteopati og er veldig glad i forelesningssituasjonen i klasserommet – gjennom undervisning kan man skape engasjement hos neste generasjon osteopater i Norge. Privat er jeg veldig opptatt av familie og venner. Noe jeg verdsetter høyt, er alle former for friluftslivsaktiviteter. Jeg elsker fjellet, i alle årstider.

CHRISTIAN FOSSUM

Jeg er 41 år og er førstelektor og instituttleder ved Institutt for osteopati, Norges Helsehøyskole. Jeg har mange forskjellige arbeidsoppgaver, som inkluderer utvikling, administrasjon, undervisning og forskning. Jeg er veldig aktiv i det internasjonale osteopatomiljøet, og foreleser og holder kurs over nesten hele verden. Ved siden av jobben er jeg opptatt av å lese. Jeg bruker også mye tid på hunden min, som er en glad og ivrig boxer.

LINE RØLVAAG JUBERG

Jeg er 40 år og høyskolelærer i halvstilling ved Høyskolen Campus Kristiania. Som høyskolelærer underviser jeg blant annet i obstetikk (graviditet og fødsel) og pediatri (behandling av barn). Jeg driver også Kolbotn Osteopati sammen med to andre. Der jobber jeg som osteopat og behandler både voksne og barn. Når jeg ikke er på arbeid, nyter jeg å være sammen med min mann og fire barn, og å trene og lese bøker – ikke bare fagbøker.

RONJA STRØMSBORG LUND

Jeg er faglig studieleder på Institutt for osteopati ved Norges Helsehøyskole. Mine arbeidsoppgaver er mange, men en stor del av stillingen min er viet undervisning i fag som anatomi, biomekanikk og reflektiv praksis – i tillegg til andre osteopatiske fag knyttet til undersøkelse og behandling. Jeg er osteopat DO og har, ved siden av mitt arbeid ved NHCK, en osteopatisk praksis. Utenfor jobben er jeg svært opptatt av trening, i første rekke dans, som krever mye av min fritid.

TINA BARLIE THORBJØRNSEN

Jeg er 25 år og klinikkveileder i osteopati. Som veileder hjelper jeg studentene, diskuterer med dem og ser til at de er trygge osteopater. Utenfor jobb er jeg opptatt av å tilbringe tid med familien min, lese bøker, trene og være med på sosiale sammenkomster.

TORILL HAFSKOLT

Jeg er 29 år og høyskolelærer og leder for Studentklinikken på osteopati. Som klinikkleder veileder og tilrettelegger jeg klinikken for tredje- og fjerdeklasse osteopati, i tillegg har jeg ansvar for den daglige driften. Som høyskolelærer underviser jeg i fag som er spesielt knyttet til klinikken, og pasienthåndtering. Når jeg ikke er på jobb, er jeg glad i praktiske sysler og å gå på turer i marka.



ANE CECILIE WESTERBERG

Jeg 33 år og faglig studieleder i ernæring. Jeg er utdannet klinisk ernæringsfysiolog og har en doktorgrad som omhandler ernæring til svært for tidlig fødte barn. Som ny studieleder ser jeg frem til å være med å videreutvikle det ernæringsfaglige tilbudet og å styrke det ernæringsfaglige miljøet ved høyskolen.



ASGEIR MAMEN

Jeg heter Asgeir Mamen. Jeg er 59 år og førsteamanuensis. Jeg foreleser og forsker på Institutt for fysisk aktivitet, ernæring og folkehelse. Ellers liker jeg å holde meg i form.



MAGNHILD BUGGE

Jeg er 52 år og utdannet sykepleier og akupunktør, jeg var ferdig utdannet akupunktør i 1999. Jeg jobber på Studentklinikken for akupunktur to dager i uken. Her veileder jeg studenter når de behandler pasienter med akupunktur. De andre dagene jobber jeg som akupunktør på Kolbotn Medisinske Senter. Jeg har lenge vært interessert i å forstå akupunktur og kinesisk medisin fra flere vinkler, og derfor har jeg lært qigong og taiji og er qigong- og taiji-instruktør. Jeg synes vi har det mest spennende faget, det er meget berikende for forståelsen av hele mennesket og hva som skaper helse og sykdom.



HEGE ULVELAND

Jeg er 33 år og utdannet klinisk ernæringsfysiolog fra Universitetet i Oslo. I desember 2013 ble jeg konstituert som dekan ved fakultetet Norges Helsehøyskole (NHCK). Jeg er også instituttleder for et av fakultetets tre institutter: Institutt for fysisk aktivitet, ernæring og folkehelse. Som førstelektor underviser jeg blant annet i fysiologi og sykdomslære, og også ernæringsfag. Utover dette sitter jeg i høyskoleledelsen og i Høyskolekollegiet, dessuten er jeg leder for NHCKs Undervisningsutvalg. Jeg er opptatt av å øke kunnskapen om livsstil og helse blant unge i dag, dermed kan vi forhåpentligvis bidra til et mer helsefremmende fokus i samfunnet.



JO ANDREAS GUNDERSEN

Jeg er 33 år og foreleser i osteopati på Høyskolen Campus Kristiania. Jeg underviser i flere forskjellige emner innenfor dette fagområdet, noe som gir en variert, utfordrende og spennende hverdag. Ved siden av jobben som foreleser tar jeg for tiden en mastergrad gjennom British School of Osteopathy og University of Bedfordshire i England. Jeg er også medeier av en osteopatiklinikk. Utenfor jobben er jeg opptatt av å trene.



ANETTE SØRENSEN

Jeg er 49 år, og er faglig studieleder på Institutt for akupunktur, Norges Helsehøyskole. Jeg har varierte arbeidsoppgaver som spenner fra å veilede på Studentklinikken, undervise og å utføre administrativt arbeid. Jeg sitter i undervisningsutvalget og arbeidsmiljøutvalget. Når jeg ikke er på jobb, trives jeg best på sjøen.

STIAN JUBERG

Jeg 40 år og høyskolelærer ved Høyskolen Campus Kristiania. Som lærer ved Institutt for osteopati er det undervisning som er min arbeidsoppgave. Ved siden av dette driver jeg en osteopatiklinikk. Utenfor jobben blir det tid til trening, lesing og min fantastiske familie.

LIV KARI KOSBERG

Jeg er 35 år og er veileder i akupunktur på Studentklinikken. I tillegg til denne veilederoppgaven jobber jeg som akupunktør i en tverrfaglig klinikk. Jeg arbeider også som sykepleier. Utenfor jobben setter jeg pris på å være ute i naturen. Jeg er også glad i en god bok.

ROB FREUD

I am a professor at Norges Helsehøyskole. I am employed at 0,55FTE and do research for the Department of Osteopathy and teach epidemiology, research methods and statistics to our undergraduate students. I also supervise their writing of research protocols and undergraduate dissertations. In addition to my work at NHCK I work for Warwick Medical School in the UK, where I do research on back pain and health measurement, and manage a small university technology start-up. In my downtime, I enjoy walking, running, and technology.



FEMDOBLET 5 INNTEKTENE

Undervisning som betaler seg.

Blant de mange takkebrevene som i årenes løp er strømmet inn til Norsk Korrespondanseskole er det også et fra en ung mann som forteller at han femdoblet inntektene sine etter å ha gjennomgått noen av skolens kurser. Et slikt tilfelle borer riktignok til sjeldenhetene, men det er ikke få tusener som har fordoblet inntektene – takket være N.K.S. – Korrespondanskursene lærte dem å arbeide rasjonelt og mål-

Tiden er inne til å planlegge

Ved å sette av bare en time hver dag og arbeide etter en bestemt plan kan De i løpet av vintermånedene gjennomgå et kurs i tysk, engelsk eller fransk – i bokholderi, revisjon, regning eller handelskorrespondanse – i jordbrukslære, hagebrukslære eller landbruksregnskap – i tegning eller maling – i moderne reklame eller yrkeslære for håndverkere – i navigasjon, telegraf eller radio – det

Eg vil alltid kjenna meg i takksamhet til N. K. S. for den opplysning og hjelp, og for den glede og venlige handsaminga lærerne alltid gav meg.

EDVARD FOLKEDAL

bevisst – gjorde dem konkurransedyktige – og ga dem lyst til å komme seg opp og fram.

Ingen er for gammel, ingen for ung til å lære ved korrespondanseundervisning. N.K.S. har ingen opptagelsesprøver, og begynnerkursene er så elementære at de kan gjennomgås av alle med folkeskole.

Elevene får fritt velge mellom 115 ulike fag og kurser og lese i det tempo de selv vil.

fritidsstudiene i vinterhalvåret!

kursus De selv har mest interesse for. Kursene står omtalt i skoleplanen som sendes gratis og portofritt til alle som skriver etter den. Der kan De også lese om hvordan undervisningen foregår.

hva kursene koster, resultatene som kan nås o.s.v. Send inn kupongen nedenfor, og De har planen og en hel del andre opplysninger om etpar dager – alt gratis og uten forpliktelse til å bli elev. N.K.S.-kursene er billige og effektive – så sier alle som kjenner undervisningen.



Fyll ut kupongen med Ditt navn og adresse og send den til skolen i dag.

Til

Norsk
Korrespondanseskole,
Øvre Vollgate 13 • Oslo.

Undertegnede ønsker tilsendt gratis og portofritt:

- 1) Skolens store undervisningsplan (35 trykksaker).
- 2) Brosjyren „Veiledning i valg av fagstilling“.
- 3) Bladet „Brevskolen“ samt brosjyren „Hjelpekurser“.

Navn:

Adresse:

NB Middelskoleelever, gymnasiaster og handelskoleelever bør særlig være oppmerksom på de billige og gode hjelpekurser i tysk, engelsk, latin, regning, matematikk, fysikk og projeksjonstegning. (Se brosjyren „Hjelpekurser“.)

(Dinne kopier kan sendes i egen brensel for 7 øre.)

16. 10. 40

NORSK KORRESPONDANSESKOLE



6

Økonomi og finans

Solid økonomi er ikke et mål i seg selv, selv ikke for en privat høyskole, men det er en viktig forutsetning og premissgiver. Hver eneste krone høyskolen tjener, går tilbake til læringsmiljøet. Hovedmålet vårt er å skape en best mulig høyskole for studentene. Uten en trygg og god økonomistyring er det umulig å skape en god skole, og omvendt.

I perioden fra 2004 til 2014 gikk Ernst G. Mortensens stiftelse gjennom mange og betydelige endringer. Dag for dag var de kanskje ikke så oppsiktsvekkende, men sett i et tiårsperspektiv skjedde det en «revolusjon i miniatyr».

På de neste sidene gir vi en kort oppsummering av de viktigste økonomiske hendelsene i denne perioden.

■ SITUASJONEN I 2004/2005

I 2004 besto NKS Gruppen, som det den gang het, av NKS Fjernundervisning, Merkantilt Institutt og det vi kalte «høyskolen». Høyskolen besto av Norsk Reiselivsskole, Norsk Reiselivshøyskole og Oslo Markedshøyskole. Alle disse enhetene var relativt autonome, og de ble støttet og koordinert av fellesavdelingene: det vil si driftsavdelingen, økonomiavdelingen, IT-avdelingen og konsern-administrasjonen.

Mange vil fra denne tiden huske NKS Gruppen som et utdanningshus hvor samarbeidet mellom de enkelte skolene ikke var særlig fremtredende. Snarere tvert om, vil noen kanskje si. Mangelen på samarbeid mellom skolene skyldtes i hovedsak to ting: For det første handlet det om strategien vi fulgte, for det andre var det en motvilje innad i organisasjonen. Resultat var få synergieffekter, intern kamp om ressurser og en organisasjon preget av maktkamp.

FLYTTING OG NAVNEENDRING

Den nye ledelsen som begynte i 2004, ønsket å ta tak i disse utfordringene. Økonomien i stiftelsen var på dette tidspunktet ikke kritisk svak. Imidlertid var det mange store utfordringer som måtte løses. Det viste seg at disse var svært ressurskrevende. Et eksempel i denne sammenhengen er omleggingen av pensjonsordningen i 2005.

I 2004 var NKS Gruppen lokalisert i Pilestredet i Oslo. Her delte stiftelsen hus med en rekke andre aktører. Dette ga en uklar profil som ikke var optimal for fremtiden. Husleiekontrakten utløp i 2005, og man begynte et krevende arbeid for å finne nye lokaler. Det resulterte i at hele organisasjonen flyttet til Kirkegata 24–26 sommeren 2005. Leiekontrakten, som i ettertid har vist seg å være svært gunstig, ble inngått med Olav Thon personlig. Flyttingen ble godt mottatt både av studenter og ansatte.

Som nevnt var høyskolen i denne perioden et utdanningshus. Til dette formålet fungerte navnet «NKS Gruppen» greit, men ambisjonene om å bli en annen og mer samlet organisasjon, begynte å gjøre seg gjeldende. Det ble derfor satt i gang et omfattende arbeid for å finne et navn som skulle erstatte NKS Gruppen. Mange forslag kom opp, og etter en betydelig prosess med bred involvering, ble navnet Campus Kristiania (CK) offentliggjort på innflyttingsfesten i Kirkegata, september 2005.

Flyttingen og navneendringen var avgjørende for stiftelsens videre utvikling, men det var kostbare prosesser. Denne ressursbruken satte tydelige spor etter seg på resultatet. Innarbeidelsen av et nytt merkenavn og flyttingen ga heller ikke umiddelbare effekter på studenttilstrømmingen. CK opplevde derfor en vanskelig periode med svake resultater og presset likviditet.

NKS' SKJULTE RESERVER

På NKS-julebordet i 1982 fikk adm. direktør Erling Ljoså overrakt en sparegris fra medarbeiderne. Den hadde form som et fantasifullt villsvin med følgende inskripsjon: NKS skjulte reserver. Ljoså ga villsvinet videre til Solfrid Lind da hun ble ansatt som ny adm. direktør i 2004. Men da var sparegrisen tom, og reservene for lengst tatt inn i stiftelsens regnskaper.

Bakgrunnen for de skjulte reservene var at stiftelsens aller første EDB-systemer og et nytt regelverk for statstilskudd hadde skapt stor usikkerhet om hvilke inntekter skolen faktisk hadde. Elevene betalte i avdrag, og statsstøtten var avhengig av den enkelte elevs aktivitet. På ett punkt var reglene uklare. Dessuten ble innbetalingene fra elevene registrert på to gamle, manuelle bokholderimaskiner, som verken kommuniserte med EDB- eller økonomisystemet.

For i det hele tatt å få satt opp et regnskap måtte man bruke skjønn, både når inntekter og utestående fordringer skulle føres opp. I samråd med revisor la økonomidirektør Mette Havrevold et forsiktighetsprinsipp til grunn, man mente det kunne ligge en skjult reserve her. Etter hvert som NKS fikk bedre systemer og bedre oversikt, kunne reservene gradvis inntektsføres.

En livskraftig virksomhet kan ha mange slags «skjulte reserver» som ikke kommer til syne i regnskapet. Villsvinet fra 1982 kan være en god påminnelse om det, også for dagens ledelse og medarbeidere.



Sparegrisen ble overgitt til ledelsen som en påminnelse om at NKS måtte ha reserver til krevende tider.



Økonomi- og finansdirektør Pål Nakken mener at en solid økonomi og god styring har vært avgjørende for de vellykkede satsningene til Høyskolen Campus Kristiania. I bakgrunnen er strategi- og prosjektdirektør Marit Aamold Sundby, dekan NKH Tine Widerøe og kommunikasjonssjef Stein-Oddvar Evensen.

I perioden 2004 til 2005 ble det også gjennomført en omfattende og kostbar omorganisering av NKS Fjernundervisning. En noe uvant situasjon for CK oppsto sommeren 2006 – vi måtte opprette kassekreditt for å utbetale lønn. Heldigvis var dette en hendelse som kun ble gjentatt sommeren etter. Det viser hvor trang den økonomiske situasjonen var i denne perioden.

Investeringer i fasiliteter og infrastruktur hadde fra 2000 til 2004 vært på et minimum. Siden andre investeringer måtte prioriteres, fortsatte denne utviklingen også noen år etter 2004. Dette innebar

at CK satt med svært utdaterte IT-systemer, data-maskiner og AV-utstyr, derfor måtte store utskiftninger og utviklingsprosjekter iverksettes. Selv i 2014 har høyskolen noe etterslep på dette området, til tross for store investeringer de siste årene.

■ FRA FAGSKOLER TIL HØYSKOLER

Etter 2004 begynte styret og administrasjonen arbeidet med å omforme stiftelsen. Økonomien var langt fra solid, og store endringer måtte til. I denne situasjonen ble det lagt ned et betydelig arbeid i hele organisasjonen. Stiftelsen gjennomførte flere store prosjekter, og styret arbeidet aktivt i samarbeid med administrasjonen å gjøre de nødvendige prioriteringene.

NKS Fjernundervisning ble omorganisert, navnet ble endret til NKS Nettstudier, og etter hvert ble det levert gode økonomiske resultater.



Fra venstre: Jan Wellum Svensen, Tone Maren Sakshaug, Pål Nakken og Ola Lyngstad.

I 2006 ble Merkantil Institutt delt i to enheter. Navnene ble henholdsvis Norges Merkantile Fagskole og Norges Kreative Fagskole. Etter kort tid bestemte vi oss imidlertid for å fase ut de merkantile studietilbudene, og heller satse fullt på de kreative og praktisk-estetiske studiene. I 2013 endret Norges Kreative Fagskole navn til Norges Kreative Høyskole (NKH). NKH har frem til 2014 drevet skoler i Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger, men sommeren 2014 besluttet styret, å legge ned studietilbudene i Stavanger. Årsaken var at det var for liten tilgang på studenter.

NKH har levert gode resultater over flere år, og har vært en viktig bidragsyter til CKs utvikling. NKH har de siste årene gått fra utelukkende å tilby fagskolestudier til også å tilby høyskolestudier.

«Høyskolen» er den delen av CK som har gjennomgått de største forandringene i tiårsperioden. Som nevnt besto enheten av tre merkenavn. Det ble tilbudt studier både på videregående- og høy-

skolenivå. CK besluttet å rydde opp og investere i høyskolen. I 2007 endret vi navn til Markedshøyskolen (MH), og satte i gang en storstilt rekruttering av høyt profilerte faglige medarbeidere.

Det viste seg at vi klarte å gjøre MH til en spennende arbeidsplass for dyktige forskere, formidlere og pedagoger. I dag har MH et av landets sterkeste og mest synlige fagmiljøer. Avgjørende for denne suksessen har blant annet vært statsstøtten som kommer MH til gode. Uten denne hadde vi neppe klart å oppnå en så sterk posisjon i utdanningssektoren.

Navneendringene har vært nødvendig for å gi CK den profil vi har i dag, men det har krevd ressurser og også skapt litt forvirring i markedet i kortere perioder. I ettertid kan vi konstatere at navneendringene har bidratt til vår positive utvikling. Uten statsstøtte og studiefinansiering fra Lånekassen hadde det heller ikke vært grunnlag for høyskolen vår.

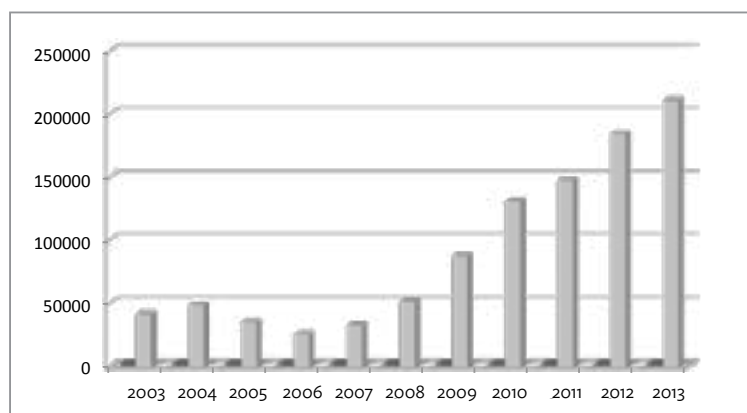
■ SITUASJONEN I DAG

Driften av en privat forsknings- og utdanningsinstitusjon skiller seg vesentlig fra det å tilby utdanning innen den offentlige delen av sektoren. Private aktører er prisgitt studentenes betalingsevne, og stiller store krav til undervisningskvaliteten som leveres. CK er aldri bedre enn det studentene opplever oss som, og studenttilfredshet og god studiekvalitet har vært avgjørende faktorer for de satsninger, investeringer og valg som har blitt gjort de siste årene.

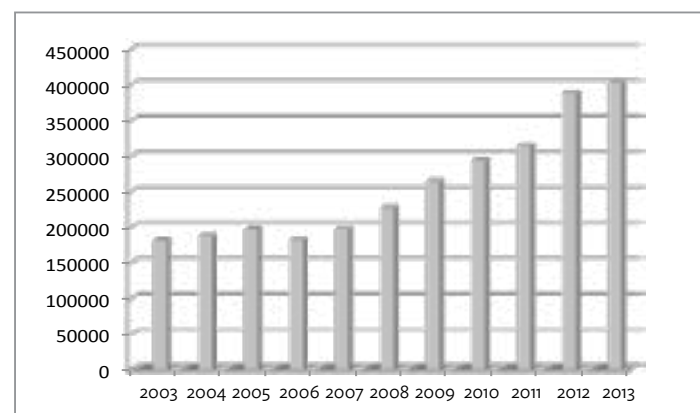
I tillegg har synligheten til høyskolens merkevarer vært avgjørende for suksessen. Markedsarbeidet i CK har hatt høy prioritet, og en vesentlig del av de årlige totalkostnadene går med til å gjøre studietilbudene kjent i markedet.

Å drive en privat og konkurranseutsatt virksomhet organisert som stiftelse, har både positive og negative sider. I tider med sterk økonomi er det ingen eksterne som tar utbytte eller på annen måte tapper selskapet for midler. Samtidig er det heller ingen å gå til i tider

EGENKAPITAL



OMSETNING



I perioden fra 2003 til 2013 steg egenkapitalen fra 41,2 millioner kroner til 211 millioner. I samme tiårsperiode økte omsetningen fra 182 til 403 millioner kroner. Veksten forklares med en modig, men også nøktern satsning på nye studietilbud og faglig rekruttering.

med presset likviditet og svake resultater. Dette innebærer at driften til enhver tid må være økonomisk bærekraftig, og lønnsomhetskravene settes deretter.

En trygg økonomi er avgjørende for fremtidig satsning. Allerede i 2006 satte styret i CK et lønnsomhetskrav på 6 % etter eiendomsdrift. Dette kravet har høyskolen enkelte år levert noe over, andre år noe under. Imidlertid har den økonomiske utviklingen i CK vært svært god i perioden 2007 til 2014, og egenkapitalsituasjonen i stiftelsen er nå meget tilfredsstillende. Det samme kan ikke sies om de krevende årene 2004, 2005 og 2006.

Markedshøyskolen, Norges Kreative Høyskole og NKS Nettstudier fikk fra 2008 gode strukturer og ble økonomisk lønnsomme. Tiden var nå inne for å få flere ben å stå på, og CK ønsket å gå inn på flere fagområder i utdanningssektoren. På denne bakgrunnen ble arbeidsmarkedsbedriften Aktiv Læring AS kjøpt i 2009. Denne skolen vokste raskt, og hadde sin topp i 2012, for så å falle noe tilbake etter dette.

Dessuten begynte CK den store satsningen på utdanning innen helsesektoren. CK kjøpte opp Akupunkturhøyskolen AS, og overtok stiftelsen Nordisk Akademi for Osteopati. Disse to virksomhetene utgjorde stammen i det som ble Norges Helsehøyskole (NHCK). NHCK var i starten lokalisert på Ullevål stadion, men etter store problemer i forbindelse med ombyggingen av tribunene i 2012 og 2013, flyttet også NHCK til Kirkegata.

I denne perioden inngikk også CK kontrakt med KLP om å leie nabobygget i Prinsensgate 7–9. Sommeren 2012 kom CK i posisjon til å kjøpe Kirkegata 24–26 fra DnB Eiendom, som allerede i 2005/2006 hadde kjøpt bygget fra Olav Thon. Den gunstige leiekontrakten dannet grunnlag for handelen, og CK kjøpte bygningene for drøye 200 millioner. Knappt halvparten av midlene ble lånt i Swedbank, resten ble betalt av stiftelsens egne midler som var tjent opp i perioden fra 2007 til 2012.

Det har vært utfordrende å holde lønnsomheten oppe på nivået i 2009, 2010 og 2011. I disse årene økte inntektene relativt mer enn kostnadene. Styret og administrasjonen har imidlertid i hele perioden fra 2004 til 2014 vært opptatt av å ha et solid økonomisk fundament som kan sikre CKs finansielle stilling, samtidig som midlene våre studenter betaler inn, også kommer dem til gode. Det er derfor ikke unaturlig at CK har en lavere driftsmargin i 2013 og 2014 enn tidligere. CK har måttet investere i en betydelig utvidelse av læringsarealene, og det er ansatt mange dyktige pedagoger og forskere som formidler kunnskap i klasserommene. Tidligere overskudd er altså nå plassert i eget skolebygg. I fremtiden kan det vise seg å være en meget god investering.



Dekan ved Markedshøyskolen, Erling Dokk Holm, ønsker nye studenter velkommen i jubileumsåret. I 2014 tok fakultetet opp 1080 studenter.



En hundreåring ser fremover

Fotografiene vi har illustrert dette kapittelet med, er av studenter fra hundreårskullet, studentene som startet opp sine studier nøyaktig hundre år etter at det hele begynte med Norsk Korrespondenceskole (NKS) i 1914, med Hanna Nielsen som høyskolens aller første student.

Hundreårskullet består av 2 200 ambisiøse og håpefulle førsteårsstudenter. Disse studentene tror så sterkt på oss at de legger sine fremtidsplaner i våre hender. Det gjør oss ydmyke, samtidig som vi skjerper oss. Suksess forplikter, men det viser også at vi så langt har tenkt og gjort mye riktig når det gjelder studietilbud og læringsmiljø.



Norges Kreative Høyskole tar imot nye studenter på Klingenberg Kino. Studentene står i kø for å komme inn på åpningen. Totalt var det 852 nye studenter på fakultetet i 2014.

■ HVA NÅ?

Det er utrolig mange spørsmål og fremtidsrefleksjoner som dukker opp når en utdanningsinstitusjon har blitt hundre år. Når vi ser tilbake på de siste åtte årene, har vi lyktes, både faglig og økonomisk. For åtte år siden hadde vi ikke én eneste professor i fagstaben, i skrivende stund har vi tolv. For åtte år siden slet vi økonomisk, i dag har vi en trygg og god økonomi som gir oss handlingsrom.

Når vi nå skal prøve å se litt inn i fremtiden, handler det om å stille det gode spørsmålet: Hva nå? Hva blir det neste vi skal utvikle som svar på samfunnets kvalifikasjonsbehov? Hvem og hva er vi som høyskole om fem, ti og tjue år? Hva gjør våre konkurrenter? Hvordan kan vi posisjonere oss enda tydeligere gjennom attraktive studier og fremragende pedagoger, forskere og formidlere?

En høyskole er ikke mer enn summen av dem som jobber der, og i fremtiden tror vi det blir stadig viktigere å posisjonere høyskolen gjennom anerkjente medarbeidere og unike studietilbud. De viktigste spørsmålene vi skal finne gode strategiske svar på, er disse:

- Hvordan vil arbeidsmarkedet utvikle seg innen de yrker vi utdanner til?
- Hva slags krav vil arbeidsmarkedet stille til våre studenter når de søker arbeid?
- Hva slags utfordringer og reformer vil vi møte i utdanningssektoren?
- Hvilke krav vil studenter, myndigheter og arbeidsmarked stille til oss om studiekvalitet og relevans?
- Hvordan vil læringsformene endre seg, og hvordan vil informasjons- og kommunikasjonsteknologien utvikle seg?
- I dag begynner femti prosent av årskullet å

studere, men kan vi regne med det i fremtiden?

- Hvordan kan vi bli enda tydeligere på utdanningsmarkedet gjennom studietilbud, fagmiljø og læringsmiljø?
- Hvordan vil konkurransen om studenter, forskere og pedagoger utvikle seg, og hvordan kan vi holde på gode medarbeidere når konkurrentene er ute etter dem?
- Hva slags konkurranse kan vi forvente oss fra utenlandske utdanningsinstitusjoner?
- Hvordan bør vi organisere fagstaben og administrasjonen for å få mest og best ut av knappe ressurser når det gjelder undervisning, forskning, formidling, administrasjon, faglig-pedagogisk utviklingsarbeid, motivasjon og faglig engasjement?
- Og ikke minst: Hva tenker «konkurrentene» våre om alt dette, og hva gjør de?



Markedshøyskolen hadde immatrikulering på Folketeateret i 2014. Ansatte og fadderstyret var til stede for å gi studentene en best mulig start på studietiden.

Vi har ikke konkrete svar på alle disse spørsmålene, men vi diskuterer dem hver eneste dag, samtidig som vi drøfter hvilke krefter som fremmer og hemmer utviklingen av høyskolen og organisasjonskulturen vår. Når vi spør medarbeiderne om hvorfor de arbeider hos oss, er svarene ganske entydige: De trives og synes at de arbeider et spennende miljø. Slik ønsker vi det skal være i fremtiden også. Vi skal arbeide målrettet for å forbli en trygg, men samtidig utfordrende arbeidsplass.

■ PREMISSENE FOR VÅR TENKNING OMKRING UTVIKLING

Det skjer veldig mye i utdanningssektoren i Norge for tiden. Høyskoler slår seg sammen med universiteter. Det som før het distriktshøyskoler, er i

ferd med å bli universitetsfilialer. Noen år før dette begynte å skje i Norge, så vi den samme utviklingen i Sverige og Danmark. Ja, i hele Europa. Utdanningssektoren i Norge restruktureres. Det skjer ved at universiteter og høyskoler slår seg sammen, de inngår i allianser. Dermed blir utdanningsinstitusjonene større, og faglig sett mer slagkraftige og robuste.

I Norge kom denne utviklingen i kjølvannet av Stjernø-utvalget. Det regjeringsutnevnte utvalget foreslo at landets førti universiteter og høyskoler skulle slås sammen til åtte flercampus-universiteter. Gjør de det ikke frivillig, bør myndighetene sørge for at det skjer med tvang, mente utvalget, og la til at de minste studiestedenes videre eksistens også må vurderes. Som om ikke det var nok, foreslo utvalget også at det bør være enhetlig ledelse på utdanningsinstitusjonene, og eksternt styreleder.

Slik det er i næringslivet. Fusjoner og integrasjoner må til for at Norge skal bli best mulig på utdanning, mente utvalget.

Huttetu, tenkte mange innenfor de offentlige universiteter og høyskoler. Men for oss på Campus Kristiania var ikke Stjernø-utvalgets forslag utenkte tanker hva angår oss selv. Som kjent har vi fire nokså adskilte enheter, nemlig Markedshøyskolen, Norges Kreative Høyskole, Norges Helsehøyskole og NKS Nettstudier. På sett og vis fulgte vi anbefalingene til Stjernø-utvalget da vi i 2012 slo det hele sammen til én høyskole, opprettet et felles kvalitetssikringssystem, et kollegium, et rektorat og en fellesadministrasjon. Dette var en høyst nødvendig kvalitetsreform hos oss selv. Vi kunne sikkert ha ventet et år eller to med å gjennomføre sammenslåingen, men omstendigheter gjorde at det skjedde i 2012.



Norges Helsehøyskole hadde semesteråpning i de nye lokalene i Prinsens gate. 288 nye studenter ble tatt godt imot av konstituert dekan Hege Ulveland.

Faglig sett la dette nye premisser for hvordan vi må tenke om fremtiden. En av tankene er tverrfaglighet, harmonisering og samarbeid mellom faggrenser som tidligere har vært adskilte. En annen tanke er hvordan vi bør organisere oss for å få dette til på best mulig måte.

Her er noen av spørsmålene som det er maktpåliggende å diskutere i tiden som kommer:

- Hvordan skal vi organisere oss for å få faglig stab til å samarbeide optimalt om undervisning, forskning, formidling og faglig-pedagogisk utviklingsarbeid?
- Hvordan skal vi legge forholdene til rette for at studentene får møte en «tverrfaglig meny» når de begynner å studere hos oss?
- Hvilke utenlandske utdanningsinstitusjoner skal vi satse på når det gjelder forskningssamarbeid, og utveksling/innveksling av studenter?
- Hva må til for at vi oppnår statsstøtte på alle studietilbudene, og ikke bare Markedshøyskolen, som i dag.
- Hvordan bør vi samarbeide mellom fakultetene for å skape best mulig studietilbud innen høyskolens rammer?

Spissformulert kan vi i skrivende stund dele våre studier inn i tre kategorier: 1. Vi har studier som er svært gode, 2. gode og 3. nokså gode. Utfordringen de neste årene er at alle studiene skal løftes opp til kvalitetskategori 1. Vi kan ikke slå oss til ro med at noen studier bare er «gode nok» fordi kollegiet eller NOKUT har godkjent dem. Målet kan ikke være noe annet enn å bli best i Norge på de studiene vi satser på og tilbyr. Det klarer vi ikke om bare noen av studietilbudene får statsstøtte.

Statsstøtte er kritisk viktig for å bygge solide fagmiljøer rundt tilbudene. Derfor må vi arbeide aktivt og pågående for at alle studiene vi tilbyr, får de samme ressurser målt i antall studenter, og vi må fase ut studietilbud som over år viser seg ikke å gi lønnsomhet, så sant det ikke er strategisk viktig i porteføljen.

Når det gjelder våre skoler i Bergen og Trondheim, bør vi satse på de studiene som genererer flest studenter og er unike. Bare på den måten får vi økonomi til å bygge opp solide regionale fagmiljøer. Dessverre er ikke alle våre studietilbud i norgestoppen i dag, men på noen områder hevder fagmiljøene seg meget godt. På andre områder har vi en lang vei å gå for å oppnå anerkjennelse.

Vi må erkjenne at vi ikke kan bli best på alt, og vi må akseptere at praksisnærhet er det viktigste prinsippet på våre fagskolestudier (som ikke krever forskning). Vi må også akseptere at vi behandler ulike studietilbud forskjellig. Vi kan for eksempel ikke forvente at et masterstudium skal ha like mange studenter som et bachelorstudium, og at prisen studentene må betale for et studium uten statsstøtte, skal være den samme som på et studium med statsstøtte.

Når man vurderer en høyskoles kvalitet, vil ikke forskning og utviklingsarbeid bli mindre viktig i fremtiden. Vi kan ikke ligge i FOU-fronten i alt, men det er åpenbart at vi bør ha aktive og anerkjente faglige medarbeidere innen markedsføring, kreativitet og forebyggende helse. Vi må strekke oss etter de beste. Uansett hva vi mener om det, er forskning og utviklingsarbeid de aller viktigste drivkreftene for faglig og personlig vekst, og for vår høyskoles anerkjennelse.

Så hvor går så veien videre? Vi har allerede en strategi som peker ut veien de neste fire årene. I høst skal vi evaluere hvordan vi er organisert. Målet er å bli en anerkjent vitenskapelig høyskole. Da er det et par ting som gjelder:

- Vi må sette fart på FOU-arbeidet.
- Vi må bli Norges mest tiltrekkende miljø for mennesker som vil studere eller arbeide innenfor våre fagområder.
- Vi må ansette faglige enere innen fagområdene, som skal bidra til at vi får anerkjennelse.
- Vi skal bli en fremragende høyskole med en anerkjent faglig stab, både hva angår forskning, undervisning og formidling.
- Vi skal ha en strategi for læring som kvalifiserer våre studenter til tiden etter den siste eksamen.

Til slutt: En høyskole klarer seg fint uten spåmenn og sannsigere, men ikke uten en fagstab og administrasjon som har meninger om hvor vi skal i morgen. Derfor avslutter vi våre fremtidsvisjoner her, og inviterer deg i stedet til å bli med å tenke fremover. I fellesskap kan vi påvirke morgendagens fag- og posisjoneringsstrategi.



Styreleder Peter Wesenberg

«CK er en imponerende og annerledes høyskole, som utvikler seg i tråd med stiftelsens formål, om å bli en anerkjent og betydningsfull utdanningsaktør.»

Peter Wesenberg



Høyskolen Campus Kristiania

Styret, rådsforsamlingen, høyskolekollegiet og ledergruppen



Styret til Høyskolen Campus Kristiania. Fra venstre: Astrid Søgnen (ekstern), Tore Mysen (intern), Lise Westly (ekstern), Anders Berg (student), styreleder Peter Wesenberg (ekstern), Michelle Brenden (student), Anders Nome (intern), Christine Calvert (intern), Thorleif Thorleifsson (ekstern) og Selja von Zernichow (ekstern).

STYRET

Høyskolen Campus Kristiania er en selveiende stiftelse, og ledes av et styre med ti medlemmer, hvorav fem av medlemmene er eksterne. For øvrig har styret to representanter valgt av og blant Høyskolen Campus Kristianas vitenskapelige ansatte, én representant for administrativt ansatte og to studentrepresentanter (én høyskole- og én fagskolestudent)



Rådsforsamlingen Høyskolen Campus Kristiania, fra venstre: Lars Magnus Øksnes (ekstern), Vibeke Rørvik (ekstern), Magnus Andersen (intern), leder av rådet Per-Espen Magnussen (ekstern), Nikolai Astrup (ekstern), Nils Høgevold (intern) og Hilde Skjerve (intern). Håvard Grjotheim (ekstern) og Odd E. Rustad Nilssen (ekstern) var ikke til stede da bildet ble tatt.

RÅDSFORSAMLINGEN

Rådsforsamlingen gjennomgår resultatregnskap og balanse, velger eksterne styremedlemmer og revisor. I tillegg fører forsamlingen kontroll med at styrets forvaltning er i samsvar med lovbestemmelser og statutter. Rådsforsamlingen består av ni medlemmer. Seks av dem er eksterne.



Høyskolekollegiet, fra venstre: Per-Morten Fredriksen, Hege Ulveland, Solfrid Lind, Erling Dokk Holm, Trond Blindheim, Marianne Østby, Martine Hertzberg, Tine Widerøe, Tone Dietrichson, Tom Karp og Aleksander Nikolic.

HØYSKOLEKOLLEGIET

Høyskolekollegiet er Høyskolen Campus Kristianas øverste faglige styringsorgan, og har myndighet i henhold til fullmakt fra styret. Kollegiet fastsetter innholdet i høyskolens utdanningstilbud, regler for opptak, fritak, eksamener, opptakskrav, sensur samt kompetanseprofil for vitenskapelige ansatte. Kollegiet skal fremme innstilling til rektor om ansettelser i faglige stilling. Rektor har den endelige ansettelsesmyndighet.

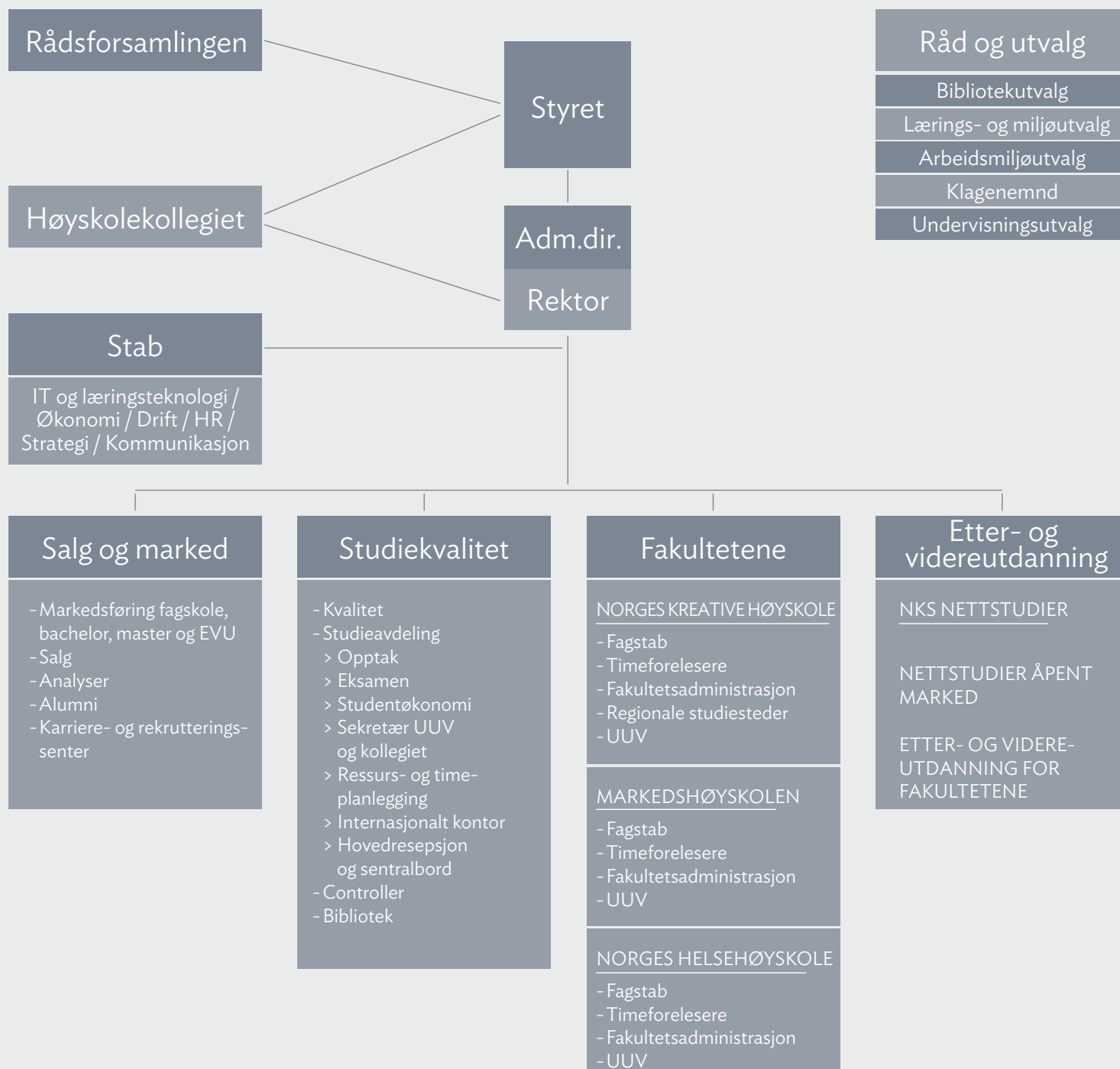


Fra venstre: Stein-Oddvar Evensen, Rune Laberg, Tine Widerøe, Ståle Mørch, Erik Brandt, Solfrid Lind, Trond Blindheim, Pål Nakken, Aleksander Nikolic, Marit Aamold, Hege Ulveland og Erling Dokk Holm.

LEDERGRUPPEN

Ledergruppen ved Høyskolen Campus Kristiania består av tolv personer og ledes av administrerende direktør.

Organisasjonskart





Få norske utdanningsinstitusjoner har like lange tradisjoner i å drive undervisning som Høyskolen Campus Kristiania. Administrerende direktør Solfrid Lind har ledet stiftelsen i 10 år og Trond Blindheim er høyskolens første rektor.

TIDLIGERE STYRELEDERE

Styreledere	År
Finn Rafn	1976–1985
Inge Lønning	1986–2001
Odd Erik Johansen	2002–2003
Håvard Grjotheim	2004–2007
Gun-Bente Johansen	2008–2011
Peter Wesenberg	Fra 2012

TIDLIGERE DIREKTØRER

Administrerende direktører	År
Ersnt G. Mortensen	1914–1961
Einar Rørstad	1962–1966
Carl L. Mortensen	1967–1968
Aaleiv Nedberg	1969–1979
Erling Ljoså, Frank Haakerud, Mette Havrevold	1980
Erling Ljoså	1980–1992
Jan B. Ommundsen	1993–2001
Ingar Tufte	2002
Erling Ljoså	2003
Solfrid Lind	Fra 2004

TIDLIGERE RÅDSLEDERE

Rådsledere	År
Ingeborg Lyche	1976–1980
Egil Kjølnér	1981–1982
Bodil Skjånes Dugstad	1983–1986
Karstein Førsvoll	1987
Ragnhild Stein Andersen	1988
Kjell Wickstrand	1989–1992
Kåre Hoel	1993–1994
Odd E. Johansen	1995–1998
Sonja Iversen	1999–2000
Borghild Brennekåsa	2001–2002
Gun-Bente Johansen	2003–2005
Martin Steen	2006–2009
Nina Tangnæs Grønvold	2010–2012
Per-Espen Magnussen	Fra 2013

STUDIETILBUDENE VED HØYSKOLEN CAMPUS KRISTIANIA

Fagskolestudier	Bachelorstudier	Masterstudier	Spesialiseringer ved NKS
3D og animasjon	Hotelledelse	Markedsføringsledelse	HRM og personalledelse
Digital markedskommunikasjon	HR og personalledelse	Forbrukermarkedsføring (90 SP)	Ledelse
Film	Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling		Innovasjon og entreprenørskap
Fotografi	Ledelse og servicestrategi		Markedsføring og merkevarebygging
Grafisk design	Markedsføring og merkevarledelse		Prosjektledelse
Illustrasjon	Markedsføring og salgsledelse		Key Account Management
Interaksjonsdesign	PR og samfunnspåvirkning		
Interiør	Økonomi og administrasjon		
Reklame- og merkekommunikasjon	Administrasjon og ledelse - autorisasjon for regnskapsførere		
Macdesign	Reiselivsledelse		
Musikkdesign	Grafisk design		
	Interiør		
	Journalistikk		
	Kreativ markedskommunikasjon		
	Livsstilsendring og folkehelse		
	Fysisk aktivitet og ernæring		
	Ernæring		
	Osteopati		
	Akupunktur		

NKS Nettstudier	Årsenhet	Halvårsenhet	Studietilbud i samarbeid med andre høyskoler
Helse, aldring og aktiv omsorg	Grunnmedisin	Anatomi og fysiologi	Master of Science in Strategic Planning
Psykisk helsearbeid og rusarbeid	HR og personalledelse	Kreativ markedskommunikasjon	Master of Science in Human Resource Management
Rehabilitering	Markedsføring og salg		Master of Science in Marketing
Regnskap og lønn	PR og kommunikasjon		Master of Science in Financial Management
Barn med særskilte behov	Ernæring og helse		Master of Business Administration
Markeds- og salgsmedarbeidere	Pedagogikk		Årsenhet i statsvitenskap
Lønns- og personalmedarbeidere	Bedriftsøkonomi		Personalutvikling og ledelse (årsenhet)
Kontormedarbeidere	Høyskolekandidat		Bachelor i kultur- og samfunnsfag
Pedagogisk medarbeidere			Årsenhet i journalistikk
Saksbehandling			Featurejournalistikk
Skrivelyst			Kulturjournalistikk
Foto			Spesialpedagogikk
Generell studiekompetanse			Norsk
Helsefagarbeider			Grunnleggende lese-, skrive- og matematikkopplæring
Prosjektkoordinator			Årsenhet i sosiologi

ANSATTE VED HØYSKOLEN CAMPUS KRISTIANIA

Navn	Campus	Stilling
ADDE JØRN	Fagstab NKH Trondheim	Hovedlærer Fotografi
AKERØ TEVJE JOHAN ÅSLI	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer Fotografi
ALRÆK TERJE	Fagstab NHCK	Førsteamanuensis
AMUNDSEN PÅL ANDRE THORSØ	Fagstab NHCK	Høyskolelærer Osteopati
ANDERSEN HELENE NAPER	Salg og marked	Prosjektleder markedsavdelingen
ANDERSEN MAGNUS MØLSTED	Økonomi	Økonomisjef/Business controller
ANDREASSEN ANETTE	Studiekvalitet	Studiekonsulent opptak/studentøkonomi
APOLD-AASEN SIGMUND	Fagstab NHCK	Høyskolelektor
BACHE LARS RICHARD	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Journalistikk
BACK HEIDI EVA	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer Grafisk Design
BACKER EIRIK	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer Web- og interaksjonsdesign
BAKKEN ANNE-LINE	Fagstab NKH Trondheim	Faglærer fotografi
BAKKEN LINDA	Studieavdeling NKH	Studiekonsulent
BAKKEN SUSANNA HJORTH AUG	Studieavdeling NHCK	Studiekoordinator
BARLIE TINA	Fagstab NHCK	Høyskolelærer, osteopati
BERG HILDE	Økonomi	Regnskapsmedarbeider
BJERKESTRAND GUNN	Økonomi	Lønnskonsulent
BJØRVIK RUNE	IT	IT Drift- og brukerstøtte
BLAESING INA	Økonomi	Regnskapsmedarbeider
BLIKÅS SANDRA	Fagstab NKH Trondheim	Hovedlærer Illustrasjon
BLINDHEIM TROND	Administrasjon	Rektor
BLOM BENEDICTE RØER	Fagstab NKH Oslo	Fagstabsrådgiver
BRAATHEN JANNE ENGESHAGEN	Studieavdeling MH	Administrativ studieleder
BRAAUM LARS ERIK	Fagstab NHCK	Høyskolelektor, prosjektleder, Insitutt for fysisk aktivitet, ernæring og folkehelse
BRANDAL HEGE ANITA	Salg og marked	Markedssjef Markedshøyskolen
BRANDT ERIK	Salg og marked	Direktør Høyskolen Campus Kristiania/NKS Nettstudier
BRATT MARGRETHE	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer Reklame og merkekommunikasjon
BREIVOLL KJELL INGE	Fagstab NKH Trondheim	Hovedlærer Reklame og merkekommunikasjon
BRUDVIK OLE CHRISTIAN	IT	Seniorutvikler NKS Nettstudier
BRUOK TINA	Salg og marked	Studiekonsulent NKS Nettstudier
BRUUSGAARD JO C.	Fagstab NHCK	Førsteamanuensis
BRUSTAD THERESE	Studiekvalitet	Studiekonsulent eksamen
BRYNER CECILIE	Salg og marked	Markedssjef NKS Nettstudier
BUGGE MAGNHILD	Klinikken NHCK	Veileder studieklinikk, Akupunktur
BUNÆS EMERENTZE STANG	Studiekvalitet	Studiekonsulent eksamen
BÅUM JAN ERIK	IT	IT-driftansvarlig Fellesavdelingen
CALVERT CHRISTINE	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Digital markeds kommunikasjon
CHRISTENSEN BEATE	Fagstab MH	Fagstabsrådgiver
COATES DAVID WILLIAM	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer Interiør
DAHLE YNGVE	Fagstab MH	Høyskolelektor
DAHLEN ØYSTEIN PEDERSEN	Fagstab MH	Førstelektor/instituttleder

Navn	Campus	Stilling
DAHR ARNE	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer Film
DANIELSEN EIRIK	Studiekvalitet	Leder av Studentservicesenteret
DIEP PHUONG QUYNH NHU	Fagstab NKH Bergen	Faglærer
DØVING RUNAR	Fagstab MH	Professor
EIKELAND HELENE BERGAUST	Salg og marked	Interaktiv markedsfører NKS Nettstudier
EIKNER AXEL	Fagstab NKH Bergen	Avdelingsdirektør Bergen
EKBERG CAMILLA RASMUSSEN	HR	HR-konsulent Høyskolen Campus Kristiania
ELLINGSEN KRISTEN ALBERT	Fagstab MH	Førstelektor
ENGEDAHN MARTIN	Klinikken NHCK	Høyskolelektor, klinikkleder Osteopati
ERIKSEN ÅSE MARIT	Studieavdeling NKH	Studiekonsulent/prosjektleder
ERNES KJELL OVE	Fagstab MH	Høyskolelektor
EVENSEN STEIN ODDVAR	Kommunikasjons.avd	Kommunikasjonssjef Høyskolen Campus Kristiania
FAGERNES TORE SEWERIN	Fagstab MH	Høyskolelektor/Faglig studieleder HR
FAUSKE LINE	Salg og marked	Senior prosjektleder Markedshøyskolen/CK salgs- og markedsavdelingen
FJELD DAG INGE	Fagstab MH	Høyskolelærer
FLØTRE RUNE ØYVIND	Fagstab NKH Trondheim	Faglærer Grafisk design
FOLDVIK THERESE	Fagstab NHCK	Fagstabsrådgiver
FOSSUM CHRISTIAN	Fagstab NHCK	Førstelektor/faglig leder Osteopati
FOTLAND JARLE	Fagstab NKH Oslo	Studieleder, bachelor i bærekraftig design
FREDRIKSEN PER MORTEN	Fagstab NHCK	Professor/Forskningsansvarlig
FRIBERG HENNING	Fagstab MH	Høyskolelærer
FROUD ROBERT JAMES	Fagstab NHCK	Professor Osteopati
GARBERG PERNILLE B. FOSSUM	Studieavdeling NHCK	Studiekoordinator
GARNES SOLVEIG	Fagstab MH	Høyskolelektor
GAUSTAD TARJE	Fagstab MH	Førsteamunuensis
GEER HILAH	Biblioteket	Hovedbibliotekar Markedshøyskolen Biblioteket
GELLEIN SIRI BEATHE	Fagstab NKH Trondheim	Hovedlærer Journalistikk
GIHLE EIRIK	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer Grafisk design
GJERMUNDSHAUG ROGER	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer Journalistikk
GJERPEN BENTHE BERG	Studiekvalitet	Studiekonsulent opptak/studentøkonomi
GRANN TERJE	Fagstab MH	Høyskolelektor
GRANSTAD LINDA	IT	Webutvikler, IT-utvikling
GRIMSTAD CARL-ERIK	Fagstab NKH Oslo	Førsteamunuensis
GULBRANDSEN KIM ROGER	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer 3D og animasjon
GUNDERSEN JO ANDREAS	Fagstab NHCK	Høyskolelærer, Institutt for Osteopati
HAFSKOLT TORILL	Klinikken NHCK	Klinikkleder Osteopati
HALONEN EVA	HR/økonomi	Lønns- og personalkonsulent HR/økonomi
HALVORSEN TROND MORTEN	Fagstab NKH Bergen	Faglærer Interiør
HAMRE ARILD	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer Journalistikk
HANDBERG ANDERS	IT	Leder IT-drift og brukerstøtte CK IT og læringsteknologi
HANSEN HÅVARD	Fagstab MH	Professor

Navn	Campus	Stilling
HANSEN KATE MARI	Studiekvalitet	Ressursplanlegger Høyskolen Campus Kristiania studiekvalitet
HANSEN ELI GILL	Salg og marked	Analytiker Markedshøyskolen Markedsavdelingen
HAUGER STIAN ULVERAKER	Fagstab NKH Trondheim	IT-ansvarlig
HAUS SVEIN EIRIK	Fagstab MH	Høyskolelektor
HENRIKSEN MORTEN SØRVOLD	Salg og marked	Salgssjef Høyskolen Campus Kristiania
HERTZBERG KRISTINA URD	Biblioteket	Avdelingsbibliotekar Markedshøyskolen
HJELLE OLE PETTER	Fagstab NHCK	Førstelektor
HOBØL RANDI	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Illustrasjon
HOEL ALEKSANDER STOVNER	Salg og marked	Webredaktør Markedshøyskolen Markedsavdelingen
HOLM ERLING DOKK	Fagstab MH	Førsteamanuensis/Dekan Markedshøyskolen
HOPLAND SIRI	Studiekvalitet	Administrativ studieleder/UUV-sekretær
HOPSTOCK ANNE CECILIE	Fagstab NKH Oslo	Høyskolelektor
HORNE ESPEN	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer Grafisk design
HUUS JAN KRISTIAN DAMHAUG	Fagstab NHCK	Høyskolelærer, Osteopati
HØGEVOLD NILS	Fagstab MH	Førstelektor/ Faglig studieleder Markedsføring og salgsledelse
HØRTHE CAMILLA SOFIE SAND-STAD	Fagstab NKH Oslo	Administrativ teamleder
IBENFELDT CATHRINE VON	Fagstab MH	Høyskolelektor
IND NICHOLAS JONATHAN	Fagstab MH	Førsteamanuensis
JACOBSEN ANNE MARIE	Studiekvalitet	Eksamenskoordinator Markedshøyskolen
JACOBSEN GEIR ARNE	Salg og marked	Markedssjef Norges Helsehøyskole
JAKOBSEN SIRI ØSTLI	Studieavdeling MH	Studiekoordinator
JOHANNESSEN JON ARILD	Fagstab MH	Professor
JOHANNESSEN MAGNE	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Kreativ markedskommunikasjon
JOHANSEN OLAV	Fagstab MH	Høyskolelektor
JOHANSEN HALLVARD	Studieavdeling NHCK	Administrasjonssjef
JOHNSEN BERNT ENDRE	Fagstab NKH Bergen	Faglærer Reklame og merkekommunikasjon
JUBERG LINE RØLVAAAG	Fagstab NHCK	Høyskolelærer, Osteopati
JUBERG STIAN	Fagstab NHCK	Høyskolelærer, Osteopati
JUVIK STEIN ATLE	Fagstab MH	Høyskolelektor
KALHOVDE JOHN MAGNE	Fagstab NHCK	Utviklingssjef
KARAKUS SERIFE	Økonomi	Regnskapsmedarbeider
KARLSEN LINN SOLSTAD	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer interiør
KARLSEN STINE	Studieavdeling MH	Administrativ studieleder
KARP TOM	Fagstab MH	Professor
KIRKAUNE HELGE	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer 3D og animasjon
KIØNIG ANNESE	Salg og marked	Markedsdirektør Norges Kreative Høyskole
KJELSTRUP LISE RAGNHILD	Fagstab NKH Oslo	Faglærer Illustrasjon
KLAVER OLIVIER A.	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Web- og interaksjonsdesign
KLETTE JOAR ESPEN MEIDELL	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer Film
KLOCK ASTRID	Studiekvalitet	Studiekonsulent eksamen

Navn	Campus	Stilling
KOLLERUD TORE	IT	Leder IT-utvikling
KRISTIANSEN BJØRN-REMI	Fagstab NKH Oslo	Studieleder 3D og animasjon
KROKAN ARNE	Fagstab MH	Professor
KUMAR YUVARANI	Økonomi	Regnskapskonsulent
KVAAL GUSTAV	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer Illustrasjon
KVAMME JEANETTE GRØNAAS	Fagstab NKH Bergen	Studiesekretær
KVISLE CHRISTINE	Salg og marked	Studiekonsulent NKS Nettstudier Salgs- og servicesenteret
KØRTVELYESSY BIRGIT S VON	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Grafisk design
LAACHE MARIT GAARE	Kommunikasjons.avd	Kommunikasjonsrådgiver/webredaktør Høyskolen Campus Kristiania
LABERG RUNE	Administrasjon	Personal- og drifssjef Høyskolen Campus Kristiania
LADEGÅRD GRO	Fagstab MH	Førsteamanuensis
LARSEN BETTINA WOLMERSEN	Salg og marked	Grafisk designer Høyskolen Campus Kristiania
LERDAHL ERIK	Fagstab NKH Oslo	Professor
LIEN LINDA EIRIN FOSSE	Fagstab NKH Oslo	Høyskolelektor
LIEN MONICA LUND	Økonomi	Regnskapssjef Høyskolen Campus Kristiania
LILLED RANGE YNGVE	Studiekvalitet	Kvalitetssjef Høyskolen Campus Kristiania
LILLEMÆLUM ROLF	Studiekvalitet	Controller Høyskolen Campus Kristiania
LIND SOLFRID	Administrasjon	Administrerende direktør
LINDHAUGEN BENEDIKTE	Salg og marked	Digital Markedsfører Høyskolen Campus Kristiania
LUND KARL PHILIP	Fagstab MH	Høyskolelektor
LUND RONJA STRØMBORG	Fagstab NHCK	Høyskolelærer, Institutt for osteopati
LYSTAD HÅKON	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer Illustrasjon
MADSEN ANETTE CHR. HANDE- LAND	Fagstab NKH Bergen	Studiekoordinator
MARIUSSEN ANASTASIA	Fagstab MH	Førsteamanuensis
MARTINSEN METTE LISE	Salg og marked	Senior studierådgiver Høyskolen Campus Kristiania
MCALINDEN FINN MARIUS	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Film
MCHENRY JOYCE ELISE H.	Fagstab MH	Førsteamanuensis
MCHUGH SINA RINGEN	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer Illustrasjon
MEEK SVEIN	Salg og marked	Prosjektleder Visuell kommunikasjon Høyskolen Campus Kristiania
MEHL ERIK JENS	Fagstab MH	Høyskolelektor
MIKKELSEN TONE	Studiekvalitet	Teamleder eksamen
MILDESTVEIT HALLVARD	Biblioteket	Avdelingsbibliotekar Markedshøyskolen
MOE HELENE TRONSTAD	Fagstab MH	Førsteamanuensis
MOE RENATE HVIDEVOLD	Salg og marked	Markedskonsulent Høyskolen Campus Kristiania
MYSEN TORE	Fagstab MH	Professor
MØRCH KJELL STÅLE	IT	IT-sjef Høyskolen Campus Kristiania
NAKKEN PÅL	Administrasjon	Økonomidirektør Høyskolen Campus Kristiania
NGUYEN LIEN HONG	Biblioteket	Bibliotekar
NIKOLIC ALEKSANDER	Studiekvalitet	Studiedirektør Høyskolen Campus Kristiania
NILSEN ANDERS	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Fotografi

Navn	Campus	Stilling
NILSEN BEATE	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Interiør
NILSEN JAN	Fagstab NKH Stavanger	IT-ansvarlig og lærer
NILSEN KATUSHA OTTER	Fagstab MH	Høyskolelektor
NILSEN MARI LUNDEN	Fagstab NKH Trondheim	Faglærer
NOME ANDERS	IT	Leder Læringsteknologi Høyskolen Campus Kristiania
NYGAARD ARNE	Fagstab MH	Professor
NÆSS ELISABETH	Salg og marked	Studierådgiver Høyskolen Campus Kristiania
OFTEDAL ASTRID	Fagstab NKH Trondheim	Hovedlærer Interiør
OLAUSSEN KJETIL	Fagstab MH	Høyskolelektor
OLSEN JANICKE KIM	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer Fotografi
OLSEN JANNE KRISTIN	Studiekvalitet	Leder Internasjonalt kontor Høyskolen Campus Kristiania
OLSEN LAILA IRENE	Salg og marked	Leder KRS
OLSEN LARS ERLING	Fagstab MH	Professor/ Instituttleder
OPSTAD BIRGER	Fagstab MH	Høyskolelektor
ORHEIM JØRGEN	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Musikkdesign
PAULSEN KEN	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer Web og interaksjonsdesign
PEDERSEN MORTEN	Kommunikasjons.avd	Kommunikasjonsrådgiver Høyskolen Campus Kristiania
PERETZ ADRIAN	Fagstab MH	Førsteamanuensis/faglig studieleder Markedsføring
RAI RANVIR SINGH	Fagstab MH	Høyskolelektor
RAKNES KETIL	Fagstab MH	Høyskolelektor/faglig studieveileder PR
RASMUSSEN CASPER CLAUDI	Fagstab MH	Førsteamanuensis
REFSLI FREDRIK EIVE	Fagstab NKH Oslo	Studieleder, bachelor i Grafisk design
REKVE KARINA HALLSTEINSEN	Studiekvalitet	Studiekonsulent opptak/studentøkonomi
RINGDAL KJELL TERJE	Fagstab MH	Førstelektor
RUSLI ARANYA PASCALE	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer Reklame og merkekommunikasjon
RØEN LINE LOUISE	Salg og marked	Markedskonsulent Høyskolen Campus Kristiania
RØNEID HENRIK	Studiekvalitet	FS-koordinator Høyskolen Campus Kristiania
RØNNING VERONICA	Studiekvalitet	Studiekonsulent eksamen
SAMSING ROAR	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Macdesign
SANDNES MAGNE	Fagstab NKH Bergen	Hovedlærer Fotografi
SANNI MARITA	Studieavdeling MH	Administrativ studieleder
SCHEI ALEXANDER URDSHALS	Fagstab NKH Trondheim	Studiesekretær
SHPAK LARISA GEORGJEVNA	Studieavdeling MH	Administrativ teamleder
SIMENSEN PER OTTO	Fagstab NKH Stavanger	Studiekonsulent
SPIGSETH IDA MARIE	Studiekvalitet	Teamleder ressursplanlegging, FS og UUV Høyskolen Campus Kristiania
STAUE CECILIE	Fagstab MH	Høyskolelektor
STAVELIE HANNE	Fagstab MH	Høyskolelektor
STORENG IVAR	Fagstab NKH Stavanger	Faglærer Interiør
STRAND MARTIN F.	Fagstab NHCK	Førsteamanuensis
STRØM TOR EDVIN	Fagstab NKH Oslo	Hovedlærer Illustrasjon
SVENDSEN MIA-HELENE	Salg og marked	Studieveileder Høyskolen Campus Kristiania

Navn	Campus	Stilling
SVENSSON GØRAN	Fagstab MH	Professor
SVÆRI SANDER JOSEPHSON	Administrasjon	Prorektor
SÆTERSDAL HELENE INGEBORG	Fagstab MH	Førstelektor/instituttleder
SØRLI TROND INGE	IT	Web- og multimediautvikler Høyskolen Campus Kristiania
TANGEN KARL-FREDRIK	Fagstab MH	Førstelektor
TEIGLAND INGEBORG	Biblioteket	Hovedbibliotekar Norges Helsehøyskole
TILLER HANS KRISTIAN	Fagstab NKH Trondheim	Faglærer Reklame og merkekommunikasjon
TILLER KRISTIN	Fagstab NKH Trondheim	Hovedlærer Grafisk design
TILSET ARNT IVAR	Fagstab NKH Trondheim	Hovedlærer 3D og animasjon
TONZIG ALICE	Fagstab MH	Førsteamanuensis
TRANØY BENT SOFUS	Fagstab MH	Professor
TVETER MICHAEL STAÅS	Studiekvalitet	Studiekonsulent eksamen
UNDHEIM KRISTIN	Fagstab MH	Høyskolelektor/faglig studieveileder KIF
URI HELENE	Fagstab NKH Oslo	Professor
UTGÅRD JACOB	Fagstab MH	Høyskolelektor
VAGLENG MORTEN	Fagstab NKH Oslo	Timelærer Macdesign
VALDERHAUG PETER REINERT	IT	IT og leder Helpdesk Høyskolen Campus Kristiania
VERDE PATRICK	Fagstab MH	Førstelektor
VESTERAAS JOHAN	Fagstab NKH Stavanger	Avdelingsdirektør Stavanger
VIGEN MARIT ALEKSANDRA	Studiekvalitet	Ressursplanlegger Høyskolen Campus Kristiania
VIKØREN EVA LIVE	Biblioteket	Bibliotekar Høyskolen Campus Kristiania
VÅGSVOLL HELENE	Salg og marked	Kommunikasjonskonsulent Høyskolen Campus Kristiania
WAHL-LARSEN MARIANNE	Studiekvalitet	Teamleder opptak/studentøkonomi Høyskolen Campus Kristiania
WALAAS KJERSTI RUUD	Fagstab MH	Høyskolelektor/Faglig studieleder Reiselivsledelse
WANG HEGE	Fagstab NKH Trondheim	Markedskordinator/studiekonsulent
WIDERØE TINE C. B	Fagstab NKH Oslo	Dekan Norges Kreative Høyskole
WILLIAMS JEREMY	Fagstab NKH Oslo	Førstelektor
WINGE KARI METTE	Fagstab NKH Oslo	Pedagogisk rådgiver
ZIENER MARIT LISA STEMME	Fagstab MH	Fagstabsrådgiver
ØRJASÆTER ELIN	Fagstab MH	Førstelektor
ØSTBYE MARIANNE	Studiekvalitet	Studiesjef Høyskolen Campus Kristiania
ØSTGAARD NINA CHRISTIN	Salg og marked	Prosjektleder Markedsavdelingen Høyskolen Campus Kristiania
ØSTGAARD SVEN	Fagstab NKH Trondheim	Hovedlærer Film
AALTVEDT HÅKON JAKOBSEN	Fagstab NKH Trondheim	Hovedlærer Musikkdesign
AAMOLD MARIT	Administrasjon	Strategi- og prosjektdirektør Høyskolen Campus Kristiania
AARFLOT ELLING	Fagstab NKH Oslo	Studieleder Reklame og merkekommunikasjon
ALGHASI SHARAM	Fagstab MH	Førsteamanuensis
ANTI AUD MARIT	Fagstab MH	Førsteamanuensis
APELAND NILS MARIUS	Fagstab MH	Høyskolelærer
BAUMANN JAN KÅRE	Fagstab MH	Høyskolelektor
BJERKE RUNE	Fagstab MH	Førsteamanuensis

Navn	Campus	Stilling
BREDESEN IVAR	Fagstab MH	Dosent
CROSBY BENTE	Fagavdeling NKS	Fagansvarlig Helse og ernæringsfag
DALVIKEN LINDA	Fagavdeling NKS	Veileder
DIETRICHSON TONJE BREIEN	Fagavdeling NKS	Fagansvarlig Organisasjon og ledelse
EITZEN CELINE	Fagavdeling NKS	Studiekonsulent
HANSEN ODDBJØRN LUND	Fagavdeling NKS	Studieveileder
HEYERDAHL-LARSEN KRISTIN	Fagavdeling NKS	Fagansvarlig Medier og kommunikasjon
LIEN SVERRE	Fagavdeling NKS	Rådgiver/eksamensansvarlig
MAMEN ASGEIR	Fagstab NHCK	Førsteamanuensis, Institutt for fysisk aktivitet, ernæring og folkehelse
MEIJER VIBEKE EMMA MYREBØ	Fagavdeling NKS	Fagansvarlig Organisasjon og ledelse
MØLLER FRIDE	Fagstab NHCK	Høyskolelærer, Akupunktur
NORDSTRAND MALVIN	Fagavdeling NKS	Fagansvarlig for økonomifag
RIEGE HEGE SKOGLI	Fagavdeling NKS	Fagansvarlig Pedagogikk og samfunn
SANDVIK IDA PLEYM	Fagavdeling NKS	Fagansvarlig Pedagogikk og samfunn
SEEM CAMILLA	Klinikken NHCK	Høyskolelærer, Institutt for osteopati
SKJERVE HILDE	Fagstab NHCK	Prodekan Norges Helsehøyskole
STEENE-JOHANNESSEN JOSTEIN	Fagstab NHCK	Førsteamanuensis/faglig studieleder i Fysisk aktivitet og ernæring
STORAKEREN MICHELLE	Fagavdeling NKS	Veilederansvarlig
SUNDFØR MEJLBO TINE	Fagstab NHCK	Høyskolelektor, faglig studieleder ernæring. Institutt for fysisk aktivitet, ernæring og folkehelse
SØRENSEN ANETTE	Fagstab NHCK	Faglig leder, høyskolelærer Akupunktur
THAMDRUP LASSE RATHMANN	Fagstab NHCK	Høyskolelærer, Institutt for osteopati
TYREMAN STEPHEN	Fagstab NHCK	Professor Osteopati
ULVELAND HEGE	Fagstab NHCK	Dekan Norges Helsehøyskole
ÅBERG HEIDI	Fagavdeling NKS	Studiesjef
MOSTUE CATHRINE	Fagstab MH	Høyskolelektor
SIVERTSEN ALEKSANDER	Fagstab MH	Førsteamanuensis
KVISLE CHRISTINE	Studiekvalitet	Studiekonsulent opptak/studentøkonomi
YEMANE JULIET	Studiekvalitet	Studiekonsulent opptak/studentøkonomi
HUANG YA-LING	Studiekvalitet	Studiekonsulent
WESTERBERG ANE CECILIE	Fagstab NHCK	Faglig studieleder Ernæring
KOSBERG LIV KARI	Klinikken NHCK	Klinikkveileder Akupunktur
PRYTZ CAMILLA	Fagstab NKH Trondheim	Avdelingsdirektør Trondheim

Bibliografi

Forskningsartikler publisert av ansatte ved Campus Kristiania, 2006 –2013

CK-forskere er markert med uthevet skrift

2013

Bas, Turker; Aydinlik, Arzu Ulgen; **Mysen, Tore; Svensson, Göran;** Erenel, Fahri. «Validation of a conscientious corporate brand framework – a Turkish study». *International Journal of Business and Globalisation*, 2013; Volum 10.(2) s. 173–184

Bogaards, Marlene; Mpinganjira, Mercy; **Svensson, Göran; Mysen, Tore;** Padin, Carmen. «Satisfaction in relation to the metrics of quality constructs in South African manufacturer-supplier relationships». *ESIC Market*, 2013; Volum 44.(1) s. 55–71

Dahle, Yngve; Alskog, Gunnar; Abelsen, Erlend Bang; Frønsdal, Pål; Solberg, Erik. «Lean business – Forretningsplanlegging trinn for trinn». Universitetsforlaget 2013 (ISBN 9788215021546) 256 s.

Dos Santos, Maria A. O.; **Svensson, Göran;** Padin, Carmen. «Indicators of Sustainable Business Practices: Woolworths in South Africa». *Supply chain management*, 2013; Volum 18.(1) s. 104–108

Hem, Leif Egil; Iversen, Nina M.; **Olsen, Lars Erling.** «Category Characteristics' Effects on Brand Extension Attitudes: A Research Note». *Journal of Business Research*, 2013

Hutchinson, David B.; Singh, Jang; **Svensson, Göran; Mysen, Tore.** «Towards a model of conscientious corporate brands: a Canadian study». *The journal of business & industrial marketing*, 2013; Volum 28.(8) s. 687–695

Iglesias, Oriol; **Ind, Nicholas;** Alfaro, Manuel. «The organic view of the brand: A brand value co-creation model». *Journal of Brand Management*, 2013; Volum 20.(8) s. 670–688

Ind, Nicholas. «The Co-creation of Brand Names». I: *Names in the Economy: Cultural Prospects*. Cambridge Scholars Publishing, 2013 ISBN 978-1-4438-4945-6. s. 201–213

Ind, Nicholas; Coates, Nick. The Meanings of Co-Creation». *European Business Review*, 2013; Volum 25.(1) s. 86–95

Ind, Nicholas; Holm, Erling Dokk. «Beyond place branding». I: *International Place Branding Yearbook 2012: Managing Smart Growth and Sustainability*. Palgrave Macmillan, 2013 ISBN 978-0230279520.

Ind, Nicholas; Iglesias, Oriol; Schultz, Majken. «Building Brands Together: emergence and outcomes of co-creation». *California Management Review* 2013; Volum 55.(3) s. 5–26

Johannessen, Jon Arild. «Innovation: a systemic perspective – developing a systemic innovation theory». *Kybernetes*, 2013; Volum 42.(8) s. 1195–1217

Johannessen, Jon Arild; Skålvik, Hugo. «The systemic leaders: new leaders in the global economy». *Kybernetes*, 2013; Volum 42.(1) s. 13–34

Karp, Tom. «Developing oneself as a leader». *Journal of Management Development*, 2013

Karp, Tom. «Studying subtle acts of leadership». *Leadership*, 2013; Volum 9.(1) s. 3–22

Karp, Tom; Lægreid, Lars Mortensen. «Leading from the Source: Exploring the Bottom of the U. I: Perspectives on Theory U: Insights from the Field». *IGI Global*, 2013 ISBN 9781466647930. s. 14–28

Meyer, Christine; **Sværi, Sander; Svensson, Göran.** «Investigating perceived justice in South African health care». *Journal of Contemporary Management*, 2013; Volum 10. s. 156–175

Moe, Helene Tronstad. «Vi spør bedriften: Bruk av tester i lederutvikling». *Scandinavian Journal of Organizational Psychology*, 2013; Volum 5.(1)

Mysen, Tore. «Towards a framework for controls as determinants of export performance: a review and analysis of empirical literature 1995–2011». *European Business Review*, 2013; Volum 25.(3) s. 224–242

Nienaber, Hester; **Svensson, Göran.** «An analysis of the contribution of leadership to organizational performance using complexity science». *Journal of Management Development*, 2013 s. 836–851

Padin, Carmen; **Svensson, Göran.** «A Multi-Layer Matrix Model of Sustainable Tourism: Process, measurement Areas, Gap and Reconnection Analysis». *European Business Review*, 2013; Volum 25.(2) s. 206–216



Pehrsson, Anders; **Svensson, Göran**. «Corporate Strategy and the environment: fit through teleological approaches». *International Journal of Business Excellence*, 2013; Volum 6.(5) s. 572–583

Polegato, Rosemary; **Bjerke, Rune; Ind, Nicholas**. «The before and after : audience perceptions of brand dimensions of cultural products». *Journal of Euromarketing*, 2013; Volum 22.(1/2) s. 24–35

Rindell, Anne; **Mysen, Tore; Svensson, Göran**; Billström, Anders. «A Validation of Inputs and Outputs of Satisfaction in Business-to-business Relationships through a Nordic Comparison». *International Journal of procurement management*, 2013; Volum 6.(4) s. 424–443

Skaalsvik, Hugo; **Johannessen, Jon Arild**. «Service development: an examination of the service development process using the Norwegian Coastal Voage (Hurtigruten) as a case study». *Tourism and Hospitality Research*, 2013; Volum 13.(1) s. 27–46

Skaalsvik, Hugo; **Johannessen, Jon Arild**. «Service development: modeling influencing factors by employing the Norwegian Coastal Voyage (Hurtigruten) as a case». *European Journal of Tourism Research*, 2013; Volum 6.(1) s. 53–73

Svensson, Göran; Mysen, Tore; Rindell, Anne; Billström, Anders. «Validation of a META-RELQUAL construct through a Nordic comparative study». *Marketing Intelligence & Planning*, 2013; Volum 31.(1) s. 72–87

Sværi, Sander; Svensson, Göran; Petzer, Daniel J.; De Meyer, Christine F. «Perceived Justice in South African Airline and Hospital Industries: Measurement Model». *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2013; Volum 5.(2)

2012

Babin, Barry J.; **Svensson, Göran**. «Structural equation modeling in social science research: Issues of validity and reliability in the research process». *European Business Review*, 2012; Volum 24.(4) s. 320–330

Bjerke, Rune; Hansen, Håvard. «Extrinsic cues and the evaluation of political candidates». *Journal of Promotion Management*, 2012; Volum 18.(4) s. 458–473

Bogaards, Marlene; Mpingsanjira, Mercy; **Svensson, Göran; Mysen, Tore**. «A framework of conscientious corporate brand : a South African validation». *Corporate Governance. The International Journal of Effective Board Performance*, 2012; Volum 12.(5) s. 675–685

Callaghan, Michael; Wood, Greg; Payan, Janice M.; Singh, Jang; **Svensson, Göran**. «Code of ethics quality: an international comparison of corporate staff support and regulation in Australia, Canada and the United States». *Business Ethics. A European Review*, 2012; Volum 21.(1) s. 15–30

Døving, Runar. «Fra lam til stek og kosedyr». *I: Mat/Viten: Tekster fra kunnskapens kjøkken*. Universitetsforlaget 2012 ISBN 978-82-15-01824-9. s. 85–103

Døving, Runar. «Nasjonalistiske turistveier». *Om regjering av turistenes blikk*. Arkitektur N 2012 (8) s. 32–37

Hjalager, Anne-Mette; **Flagestad, Arvid**. «Innovations in Well-Being Tourism in the Nordic countries». *Current Issues in Tourism*, 2012; Volum 15.(8) s. 725–740

Hutchinson, David; Singh, Jang; **Svensson, Göran; Mysen, Tore**. «Inter-relationships among focal dimensions in relationship quality: a quantitative and exploratory approach». *International Journal of procurement management*, 2012; Volum 5.(2) s. 229–252

Hutchinson, David; Singh, Jang; **Svensson, Göran; Mysen, Tore**. «Properties of quality constructs in Canadian business relationships». *International Journal of Business Excellence*, 2012; Volum 5.(4) s. 429–443

Høgevold, Nils; Svensson, Göran. «A business sustainability model: a European case study». *The journal of business & industrial marketing*, 2012; Volum 27.(1–2) s. 142–151

Ind, Nicholas; Fuller, Clare; Trevail, Charles. Brand Together: «How Co-creation Generates Innovation and Re-Energizes Brands». *Kogan page*, 2012 (ISBN 978-0749463250) 184 s.

Ind, Nicholas; Fuller, Clare; Trevail, Charles. «Det samskapte merket: hvordan samskaping genererer innovasjoner og utvikler merker». Cappelen Damm Akademisk, 2012 (ISBN 978-82-02-36729-9) 223 s.

Johannessen, Jon Arild. «A systemic approach to the philosophy of history». *Kybernetes*, 2012; Volum 41.(3–4) s. 368–385

Karp, Tom. «A Lack of Willpower May Influence a Leader's Ability to Act Morally». *The Journal of Values Based Leadership*, 2012; Volum 5.(2) s. 78–87

Lanseng, Even Johan; **Olsen, Lars Erling**. «Brand alliances: the role of brand concept consistency». *European Journal of Marketing*, 2012; Volum 46.(9) s. 1108–1126

Lee, Tzong-Ru; **Mysen, Tore; Svensson, Göran**. «A conscientious corporate brand model : a Taiwanese assessment». *International Journal of Business and Globalisation*, 2012; Volum 8.(2) s. 256–267

Mysen, Tore. «Sustainability as corporate mission and strategy». *European Business Review*, 2012; Volum 24.(6) s. 496–509

Mysen, Tore; Svensson, Göran; Høgevold, Nils. «Relationship Quality-Relationship Value and Power Balance in Business Relationships: Descriptives and Propositions». *Journal of Business-to-Business Marketing*, 2012; Volum 19.(3) s. 248–285

Olsen, Lars Erling; Lanseng, Even Johan. «Brands in texts: Attitudinal effects of brand placements in narrative fiction». *Journal of Brand Management*, 2012; Volum 19.(8) s. 702–711

Olsen, Lars Erling; Samuelsen, Bendik Meling. «Product Placement Effects in a Movie: A Field Study». *Beta – Tidsskrift for bedriftsøkonomi*, 2012; Volum 26.(2) s. 131–146

Payan, Janice M.; **Høgevold, Nils; Svensson, Göran**. «A Review and Study of the Effect of Risk Aversion and Attributes of Study Abroad on the Future Likelihood to Study Abroad: A Study of US and Norwegian Undergraduate Marketing Students». *Journal for Advancement of Marketing Education*, 2012; Volum 20.(3)

Payan, Janice M.; **Svensson, Göran; Høgevold, Nils**. «The Effect of Attributes of Study Abroad and Risk Aversion and on the Future Likelihood to Study Abroad: A Study of US and Norwegian Undergraduate Marketing Students». *Journal for Advancement of Marketing Education*, 2012; Volum 20.(3) s. 49–60

Petzer, Daniel J.; De Meyer, Christine F.; **Sværi, Sander; Svensson, Göran.** «Service receivers' negative emotions in airline and hospital service settings». *Journal of Services Marketing*, 2012; Volum 26.(7) s. 484–496

Samuelsen, Bendik Meling; **Olsen, Lars Erling.** «The attitudinal response to alternative brand growth strategies». *European Journal of Marketing*, 2012; Volum 46.(1–2) s. 177–191

Skirbekk, Helge. «Et praktisk syn på tillit til velferdsstater». I: *Tillit i Norge. Res Publica*, 2012 ISBN 9788282260367.

Skirbekk, Helge. «Tillitens betydning i Norge og Norden». I: *Tillit i Norge. Res Publica*, 2012 ISBN 9788282260367.

Skirbekk, Helge; Grimen, Harald. «Tillit i Norge». *Res Publica*, 2012 (ISBN 9788282260367) 338 s.

Skirbekk, Helge; Skirbekk, Gunnar. «Tillit og mistillit: Norge og Sicilia». I: *Tillit i Norge. Res Publica*, 2012 ISBN 9788282260367.

Sosa Varela, Juan Carlos; **Svensson, Göran; Mysen, Tore.** «Constituents of buyers' satisfaction in Puerto Rican business relationships». *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 2012; Volum 6.(2) s. 193–215

Svensson, Göran. «Research process, report structure and journal outlets in scholarly studies : Parallel vs sequential and proactive vs reactive». *European Business Review*, 2012; Volum 24.(1) s. 47–57

Svensson, Göran; Padin, Carmen. «Teleological approaches from complexity sciences in services: Framework, illustration and proposition». *International Journal of Quality*

and Service Sciences, 2012; Volum 4.(3) s. 224–237

Svensson, Göran; Wagner, Beverly. «Business sustainability and E-footprints on Earth's life and ecosystems: generic models». *European Business Review*, 2012; Volum 24.(6) s. 543–552

Svensson, Göran; Wagner, Beverly. «Implementation of a sustainable business cycle: the case of a Swedish dairy producer». *Supply chain management*, 2012; Volum 17.(1) s. 93–97

Sværi, Sander; Olsen, Lars Erling. «The role of emotions in customer complaint behaviors». *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2012; Volum 4.(3) s. 270–282

Turker, Bas; Aydinlik, Arzu Ulgen; **Svensson, Göran; Mysen, Tore;** Keskin, Nurzahit. «RELQUAL in Turkish business relationships – theory testing and measurement model». *International Journal of Business Excellence*, 2012; Volum 5.(6) s. 620–638

■ 2011

Anker, Peder; Gulbrandsen, Magnus; Larsen, Eirinn; Løvhaug, Johannes Waage; **Tranøy, Bent Sofus;** Collett, John Peter; Benum, Edgeir Reidar; Gjestland, Dag; Torgersen, Ivar. Universitetet i Oslo: «Samtidshistoriske perspektiver». *Unipub forlag*, 2011 (ISBN 978-82-7477-545-9) 568 s.

Dahlen, Øystein Pedersen. «Nettavi-ser: Full tilgang og flytende produksjon». *Norsk Medietidsskrift*, 2011; Volum 18.(4) s. 345–363

Døving, Runar. «Decarnivering : en analyse av Guds lam, steken og kosedyret». *Tidsskrift for kulturforskning*, 2011; Volum 10.(1) s. 19–34

Døving, Runar. «Originalens kopi, kopiens original. I: Kopi & original». *Inversjoner i opprinnelsestenkningen historie*. Scandinavian Academic Press 2011 ISBN 978-82-304-0077-7. s. 191–206

Døving, Runar. «Stedet Syden». *Norsk Antropologisk Tidsskrift*, 2011; Volum 22.(1) s. 18–33

Hutchinson, David; Singh, Jang; **Svensson, Göran; Mysen, Tore.** «Antecedents and postcedents of satisfaction in business relationships in Canada». *International Journal of Logistics Economics and Globalisation*, 2011; Volum 3.(4) s. 189–209

Høgevoid, Nils. «A Corporate Effort Towards a Sustainable Business Model. A Case Study from the Norwegian Furniture Industry». *European Business Review*, 2011; Volum 23.(4) s. 392–400

Ind, Nicholas; Todd, Louise. «Beyond the Fringe: Creativity and the City». I: *International Place Branding Yearbook 2011*. Palgrave Macmillan, 2011 ISBN 978-0-230-27953-7. s. 47–57

Kjærnes, Unni; **Døving, Runar.** «Manger sain en Norvège : de la régulation étatique à l'auto-contrôle?». *Revue d'histoire Nordique*, 2011 (12) s. 27–48

Lund, Karl Fredrik; Olsen, Lars Erling. «Moderne kjøpesentermarkedsføring». *Magma – Tidsskrift for økonomi og ledelse*, 2011; Volum 14.(4) s. 62–68

Mysen, Tore; Svensson, Göran; Lee, Tzong-Ru (Juin-Shen). «Trust and Commitment-Based Satisfaction and the Impact on Specific Investments, Formalization and Opportunism». *International Journal of Business Excellence*, 2011; Volum 4.(6) s. 696–714

Mysen, Tore; Svensson, Göran; Payan, Janice M.. «Causes and Outcomes of Satisfaction in Business Relationships». *Marketing Intelligence & Planning*, 2011; Volum 29.(2) s. 123–140

Mysen, Tore; Svensson, Göran; Payan, Janice M. «The key role of opportunism in business relationships». *Marketing Intelligence & Planning*, 2011; Volum 29.(4) s. 436–449

Olsen, Lars Erling; Peretz, Adrian. «Conscientious brand criteria: A framework and a case example from the clothing industry». *Journal of Brand Management*, 2011; Volum 18.(9) s. 639–649

Rindell, Anne; **Svensson, Göran; Mysen, Tore;** Billström, Anders; Wilén, Kristoffer. «Developing the Conceptual Foundation of 'Conscientious Corporate Brands'». *Journal of Brand Management*, 2011; Volum 18.(9) s. 709–719

Rindell, Anne; **Svensson, Göran; Mysen, Tore;** Billström, Anders; Wilén, Kristoffer. «Towards a conceptual foundation of 'Conscientious Corporate Brands'». *Journal of Brand Management*, 2011; Volum 18.(9) s. 709–719

Singh, Jang; **Svensson, Göran;** Wood, Greg; Callaghan, Michael. «A longitudinal and cross-cultural study of the contents of codes of ethics of Australian, Canadian and Swedish corporations». *Business Ethics. A European Review*, 2011; Volum 20.(1) s. 103–119

Slåtten, Terje; **Svensson, Göran; Sværi, Sander.** «Empowering leadership and the influence of a humorous work climate on service employees' creativity and innovative behaviour in frontline service jobs». *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2011; Volum 3.(3) s. 267–284



Slåtten, Terje; **Svensson, Göran; Sværi, Sander**. «Service quality and turnover intentions as perceived by employees: Antecedents and consequences». *Personnel review*, 2011; Volum 40.(1-2) s. 205–221

Sosa, Juan Carlos; **Svensson, Göran; Mysen, Tore**. «La calidad de la relación en la cadena de suministros». *INCAE Business Review*, 2011; Volum 2.(2) s. 52–59

Sosa-Varela, Juan Carlos; **Svensson, Göran; Mysen, Tore**. «A Construct of META-RELQUAL in Puerto Rican Business Relationships». *ESIC Market*, 2011; Volum 140. s. 27–55

Svensson, Göran. «A process directed towards sustainable business operations and a model for improving the GWP-footprint (CO₂e) on Earth». *Management of environmental quality*, 2011; Volum 22.(4) s. 451–462

Svensson, Göran. «Teleological strands of thought in supply chain activities: example and analogy – a quest for transformative chain management». *International Journal of Logistics Economics and Globalisation*, 2011; Volum 3.(1) s. 42–55

Svensson, Göran; Mysen, Tore. «A construct of META-RELQUAL: measurement model and theory testing». *Baltic Journal of Management*, 2011; Volum 6.(2) s. 227–244

Svensson, Göran; Wagner, Beverly. «Transformative business sustainability: Multi-layer model and network of e-footprint sources». *European Business Review*, 2011; Volum 23.(4) s. 334–352

Svensson, Göran; Wood, Greg. «A conceptual framework of corporate and business ethics across organizations: Structures, processes and performance». *Learning Organization*, 2011; Volum 18.(1) s. 21–35

Svensson, Göran; Wood, Greg. «A model of cause-related marketing for «profit-driven» and «non-profit» organizations». *European Business Review*, 2011; Volum 23.(2) s. 203–214

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Teleological business ethics: formative, rationalist and transformative – illustrations and analogies». *ESIC Market*, 2011; Volum 138. s. 35–61

Svensson, Göran; Wood, Greg; Singh, Jang; Payan, Janice M.; Callaghan, Michael. «The embeddedness of codes of ethics in organizations in Australia, Canada and the United States». *Business Ethics. A European Review*, 2011; Volum 20.(4) s. 405–417

Sværi, Sander; Slåtten, Terje; Svensson, Göran; Edvardsson, Bo. «A SOS construct of negative emotions in customers' service experience (CSE) and service recovery by firms (SRF)». *Journal of Services Marketing*, 2011; Volum 25.(4–5) s. 323–335

Tangen, Karl Fredrik. «Den endimensjonale kritikken». *Magma – Tidsskrift for økonomi og ledelse*, 2011; Volum 14.(4) s. 50–56

Tangen, Karl Fredrik. «Å tenke med penger». *Magma – Tidsskrift for økonomi og ledelse*, 2011; Volum 14.(8) s. 56–63

Watt, Cameron; **Ind, Nicholas**. «Big Chef- Little Chef: The Bear Traps and Pitfalls that can Hinder Design Thinking». *Design Principles and Practices: An International Journal*, 2011; Volum 5.(2) s. 33–39

■ **2010**
Christoffersen, Line. «Undersøkel- sesvariabler for segmentering». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 65–95

Døving, Runar; Olsen-Slagman, Trine. «Kontekstanalyse». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 48–64

Døving, Runar; Svensson, Göran. «Markedsvitenskap». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 11–23

Døving, Runar; Svensson, Göran. «Oppsummering og refleksjoner». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 349–355

Fauzi, Hasan; **Svensson, Göran; Rahman, Azhar Abdul**. «»Triple Bot- tom Line» as «Sustainable Corporate Performance»: A Proposition for the Future». *Sustainability*, 2010; Volum 2.(5) s. 1345–1360

Holm, Erling Dokk. «Interaktive tje- nestemøter». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 237–259

Ind, Nicholas. «Meaning at Work». Cappelen Damm Akademisk, 2010 (ISBN 9788202315719) 208 s.

Ind, Nicholas. «»Rytmejustering» : merkevare gjennom deltakelse». I: *Leksjoner i markedsviten- skap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 139–151

Ind, Nicholas; Schultz, Majken. «Brand Building, Beyond Marketing». *Strategy+Business*, 2010

Johannessen, Jon-Arild; Karp, Tom. «Hospital Management: using knowledge to strengthen hospital overall performance: organisation and management of nurses in Norwegian hospitals». *Problems & Perspectives in Management*, 2010; Volum 8.(3) s. 48–55

Karp, Tom. «Ledelse i sannhetens øyeblikk : om det å ta lederskap». Cap- pelen Damm Akademisk, 2010 (ISBN 978-82-02-32093-5) 292 s.

Karp, Tom. «Lederskap må tas». I: *Leksjoner i markedsviten- skap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 313–327

Karp, Tom; Johannessen, Jon- Arild. «Earning the right to lead in defining moments: the act of taking leadership». *The Journal of Values Based Leadership*, 2010; Volum 3.(1) s. 42–60

Lee, Tzong-Ru (Juin-Shen); Aydinlik, Arzu Ulgen; Donmez, Dilek; **Svens- son, Göran; Wood, Greg; Callaghan, Michael**. «Indicators of perceived cor- porate commitment to ethics in top Taiwanese and Turkish companies: An exploratory study». *International Journal of Business Governance and Ethics*, 2010; Volum 5.(3) s. 178–195

Lee, Tzong-Ru (Juin-Shen); **Svens- son, Göran; Mysen, Tore**. ««Antece- dents' and 'postcedents' in relation to satisfaction in Taiwanese business relationships». *International Journal of procurement management*, 2010; Volum 3.(2) s. 199–213

Lee, Tzong-Ru (Juin-Shen); **Svensson, Göran; Mysen, Tore**. «RELQUAL in Taiwanese business relationships». *International Journal of Business Excellence*, 2010; Volum 3.(4) s. 433–451

Mysen, Tore. «Sourcing». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 328–345

Mysen, Tore; Høgevold, Nils. «Hva skaper gode og dårlige relasjoner mellom kjeder og leverandører?». *Magma – Tidsskrift for økonomi og ledelse*, 2010; Volum 13.(2) s. 63–70

Mysen, Tore; Svensson, Göran. «RELQUAL's impact on satisfaction in Norwegian business relationships». *The journal of business & industrial marketing*, 2010; Volum 25.(2) s. 119–131

Olaussen, Kjetil. «Entreprenørskap og selvledelse». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 291–312

Olsen, Lars Erling. «Det viktige første problemet i praktisk posisjonering». *Magma – Tidsskrift for økonomi og ledelse*, 2010; Volum 13.(1) s. 55–62

Olsen, Lars Erling. «Merkeplasseringer i underholdningsmedier». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 190–213

Olsen, Lars Erling; Peretz, Adrian. «Making it fit! : the use of sequential brand extensions to accomplish growth». *Proceedings – EMAC*, 2010

Payan, Janice M.; **Svensson, Göran;** Awuah, Gabriel; Andersson, Svante; Hair, Joe. «A «cross-cultural RELQUAL-scale» in supplier-distributor relationships of Sweden and the USA». *International Marketing Review*, 2010; Volum 27.(5) s. 541–561

Peretz, Adrian. «En merkepersonlighet som fungerer». *Magma – Tidsskrift for økonomi og ledelse*, 2010; Volum 13.(1) s. 43–49

Peretz, Adrian. «Merkepersonlighet i merkevarebygging». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 152–189

Samuelsen, Bendik Meling; **Olsen, Lars Erling.** «Promising attributes and experiences : attitudinal responses to functional versus experiential ad claims and the moderating role of involvement». *Journal of Advertising*, 2010; Volum 39.(2) s. 65–78

Svensson, Göran. «Prosess og struktur». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 27–46

Svensson, Göran. «Teleological approaches in supply chain management: illustrations». *Supply chain management*, 2010; Volum 15.(1) s. 16–20

Døving, Runar; Svensson, Göran. *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 (ISBN 9788279352969) 355 s.

Svensson, Göran; Mysen, Tore; Payan, Janice M.. «Balancing the sequential logic of quality constructs in manufacturing-supplier relationships – Causes and outcomes». *Journal of Business Research*, 2010; Volum 63.(11) s. 1209–1214

Svensson, Göran; Wood, Greg; Callaghan, Michael. «A comparison of business ethics commitment in private and public sector organizations in Sweden». *Business Ethics. A European Review*, 2010; Volum 19.(2) s. 213–232

Svensson, Göran; Wood, Greg; Callaghan, Michael. «A corporate model of sustainable business practices: An ethical perspective». *Journal of world business (Print)*, 2010; Volum 45.(4) s. 336–345

Svensson, Göran; Wood, Greg; Callaghan, Michael. «Measurement and structural properties of organizational codes of ethics in private and public Sweden». *International Journal of Public Sector Management*, 2010; Volum 23.(6) s. 549–566

Sværi, Sander. «Rettferdighet og følelser i tjenestemøter». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 217–236

Sværi, Sander; Svensson, Göran; Slåtten, Terje; Edvardsson, Bo. «A DIP-construct of perceived justice in negative service encounters and complaint handling in the Norwegian tourism industry». *Managing Service Quality*, 2010; Volum 20.(1) s. 26–45

Tangen, Karl Fredrik. «Kunnskapsproletarene : sliterne i framtidens arbeidsmarked». I: *Markedets fremtid : kapitalismen i krise?*. Cappelen Damm Akademisk 2010 ISBN 978-82-02-32151-2. s. 115–151

Tangen, Karl Fredrik. «Reklamearbeidets historiske utvikling og organisering». I: *Leksjoner i markedsvitenskap*. Abstrakt forlag 2010 ISBN 9788279352969. s. 99–138

Verde, Patrick; Dahle, Yngve; Dagestad, Sjur. «Nye muligheter for skalerbarhet skaper grunnlag for nye vekststrategier». *Praktisk økonomi og finans*, 2010; Volum 26.(4) s. 75–83

Wagner, Beverly; **Svensson, Göran.** Conceptual Development of a Sustainable Business Approach. Cuadernos Aragoneses de Economía 2010; Volum 20.(1/2) s. 19–34

Wagner, Beverly; **Svensson, Göran.** «Sustainable supply chain practices: research propositions for the future». *International Journal of Logistics Economics and Globalisation*, 2010; Volum 2.(2) s. 176–186

2009

Achard, Paola Olimpia; Nucciarelli, Alberto; **Svensson, Göran;** Rosato, Roberto. «Risk identification in the infrastructure construction industry: a supply chain case study». *International Journal of Logistics Economics and Globalisation*, 2009; Volum 1.(03.apr) s. 343–356

Svensson, Göran; Andersson, Svante. «A Glocal Marketing Model». I: *Glocal Marketing: Think Globally act Locally*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055558. s. 391–398

Andersson, Svante; **Svensson, Göran.** «Early Internationalizing Firms». I: *Glocal Marketing: Think Globally act Locally*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055558. s. 45–64

Svensson, Göran; Andersson, Svante. «The International Entrepreneur». I: *Glocal Marketing: Think Globally act Locally*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055558. s. 257–276

Callaghan, Michael; Lee, Tzong-Ru (Juin-Shen); Donmez, Dilek; Aydinlik, Arzu Ulgen; **Svensson, Göran;** Wood, Greg. «Implementation, communication and the benefits of corporate codes of ethics in Taiwan and Turkey: A comparison across contexts». *European Business Review*, 2009; Volum 21.(3) s. 278–298

Svensson, Göran; Lagrosen, Stefan. «Future directions of marketing knowledge: proposing an enriching framework including self-actualisation marketing». *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 2009; Volum 3.(4) s. 327–343

Lee, Tzong-Ru (Juin-Shen); **Svensson, Göran;** Wood, Greg; Callaghan, Michael. «An examination of the codes of ethics artefacts in top Taiwanese companies». *International*



Journal of Electronic Customer Relationship Management, 2009; Volum 3.(1) s. 86–101

Svensson, Göran; Payan, Janice M.. «Organizations that are international from inception: Terminology and research constellations – «Academic Protectionism» or «Academic Myopia»?». *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2009; Volum 16.(3) s. 406–417

Svensson, Göran. «A counter-intuitive view of the deductive research process». *European Business Review*, 2009; Volum 21.(2) s. 191–196

Svensson, Göran. «Myopia- and blinkers-syndromes in academic journals in the marketing discipline – is it academic imperialism?». *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 2009; Volum 3.(1) s. 1–17

Svensson, Göran. «Subject trends in The History of Marketing Thought: from simplicity towards complexity». *Journal of Historical Research in Marketing*, 2009; Volum 1.(2) s. 361–370

Svensson, Göran. «»To Be or Not to Be» – «Top» or «Tenure Track Journals?»». *ESIC Market*, 2009; Volum 133. s. 227–242

Svensson, Göran; Andersson, Svante. «Global versus Glocal Strategy and Marketing». *I: Glocal Marketing: Think Globally act Locally*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055558. s. 27–44

Svensson, Göran; Andersson, Svante. «Think Globally and Act Locally». *I: Glocal Marketing: Think Globally act Locally*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055558. s. 13–26

Svensson, Göran; Tronvoll, Bård; Helgesson, Thomas; Slåtten, Terje. «The 'geographical affiliations' in top research journals of general marketing». *Australasian Marketing Journal*, 2009 (17) s. 154–159

Svensson, Göran; Wood, Greg. «A Comparison of Business Ethics Commitment in the Private and the Public Sectors of Sweden». *I: Business Ethics: Through Time and Across Contexts*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055404. s. 261–284

Svensson, Göran; Wood, Greg. «A Function of Time and Contexts». *I: Business Ethics: Through Time and Across Contexts*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055404. s. 31–52

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Corporate Ethics and Trust in Intra-Corporate Relationships». *I: Business Ethics: Through Time and Across Contexts*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055404. s. 367–388

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Implementation, communication and benefits of public sector codes of ethics: A longitudinal study of Sweden». *International Journal of Public Sector Management*, 2009; Volum 22.(4) s. 364–379

Svensson, Göran; Wood, Greg; Callaghan, Michael. «A Construct of the «Ethos of Codes of Ethics» (ECE): the Case of Private and Public Sweden». *International Journal of Public Sector Management*, 2009; Volum 22.(6) s. 499–515

Svensson, Göran; Wood, Greg; Helgesson, Thomas. «Ethics Triangles of Business: Models and Illustrations». *I: Business Ethics: Through Time and Across Contexts*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055404. s. 347–366

Sværi, Sander; Svensson, Göran; Einarsen, Kari. «»Empirical characteristics» of scholarly journals in hospitality and tourism research: An assessment». *International Journal of Hospitality Management*, 2009; Volum 28.(3) s. 479–483

Sværi, Sander; Svensson, Göran; Einarsen, Kari. «»Scientific identity» of scholarly journals in hospitality and tourism research: Review and evaluation». *International Journal of Hospitality Management*, 2009; Volum 28.(4) s. 631–634

Wood, Greg; **Svensson, Göran;** Callaghan, Michael. «Cross-sector organizational engagement with ethics: a comparison between private sector companies and public sector entities of Sweden». *Corporate Governance : The International Journal of Effective Board Performance*, 2009; Volum 9.(3) s. 283–297

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Framing Business Ethics». *I: Business Ethics: Through Time and Across Contexts*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055404. s. 13–29

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Inculcating the ethos of public-sector codes of ethics in Sweden: a longitudinal approach». *Corporate Governance : The International Journal of Effective Board Performance*, 2009; Volum 9.(2) s. 175–188

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Proactive versus Reactive Business Ethics Performance». *I: Business Ethics: Through Time and Across Contexts*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055404. s. 327–346

Andersson, Svante; **Svensson, Göran.** «Glocal Marketing: Think Globally act Locally». Studentlitteratur 2009 (ISBN 9789144055558) 404 s.

Blindheim, Trond; Skjelbred, Trond Albert; Vollvik, Idar. «Idar Vollvik om PR : det kunne ikke skjedd i virkeligheten». Cappelen Damm Akademisk 2009 (ISBN 978-82-02-27690-4) 156 s.

Døving, Runar. «Bokessay. Om boka: Jakten på den norske lykken : norsk monitor 1985–2007 / Ottar Hellevik». *Sosiologi i dag*, 2009; Volum 39.(3) s. 94–107

Døving, Runar. «Le déjeuner norvégien : Le grand récit de la famille et de la nation». *Ethnologie Française*, 2009; Volum 39.(2) s. 321–330

Karp, Tom; Helgø, Thomas I. Tveteraas. «Leadership as identity construction: the act of leading people in organisations: a perspective from the complexity sciences». *Journal of Management Development*, 2009; Volum 28.(10) s. 880–896

Karp, Tom; Helgø, Thomas I. Tveteraas. «Reality revisited: leading people in chaotic change». *Journal of Management Development*, 2009; Volum 28.(2) s. 81–93

Kjærnes, Unni; **Døving, Runar.** «Controlling Fat and Sugar in the Norwegian Welfare State». *I: The Rise of Obesity in Europe: A Twentieth Century Food History*. Ashgate 2009 ISBN 9780754676966. s. 131–146

Mysen, Tore. «Governing Foreign Collaborative Partnerships – Agency Theory». *I: Glocal Marketing: Think Globally act Locally*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055558. s. 127–158

Mysen, Tore. «Governing Foreign Collaborative Partnerships – Agency Theory». *I: Glocal Marketing: Think Globally act Locally*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055558. s. 127–152

Polegato, Rosemary; **Bjerke, Rune**. «Cross-Cultural Differences in Ad Likeability and Ad Element Likeability: The Case of Benetton». *Journal of Promotion Management*, 2009; Volum 15.(3) s. 382–399

Slåtten, Terje; Mehmetoglu, Mehmet; **Svensson, Göran; Sværi, Sander**. «Atmospheric experiences that emotionally touch customers : a case study from a winter park». *Managing Service Quality*, 2009; Volum 19.(6) s. 721–746

Svensson, Göran. «The transparency of SCM ethics: conceptual framework and empirical illustrations». *Supply chain management*, 2009; Volum 14.(4) s. 259–269

Svensson, Göran; Andersson, Svante; Mysen, Tore; Awuah, Gabriel Baffour. «A comparison of perceived quality in business relationships in Norway and Sweden Similarities and differences». *Baltic Journal of Management*, 2009; Volum 4.(1) s. 7–33

Svensson, Göran; Sværi, Sander; Einarsen, Kari. «'Empirical characteristics' of scholarly journals in hospitality and tourism research: An assessment». *International Journal of Hospitality Management*, 2009; Volum 28.(3) s. 479–483

Svensson, Göran; Sværi, Sander; Einarsen, Kari. «'Scientific identity' of scholarly journals in hospitality and tourism research: Review and evaluation». *International Journal of Hospitality Management*, 2009; Volum 28.(4) s. 631–634

Svensson, Göran; Wood, Greg. *Business Ethics: Through Time and Across Contexts*. Studentlitteratur 2009 (ISBN 9789144055404) 419 s.

Svensson, Göran; Wood, Greg; Singh, Jang; Callaghan, Michael. «Implementation, communication and benefits of corporate codes of ethics: an international and longitudinal approach for Australia, Canada and Sweden». *Business Ethics. A European Review* 2009; Volum 18.(4) s. 389–407

Svensson, Göran; Wood, Greg; Singh, Jang; Callaghan, Michael. «A cross-cultural construct of the ethos of the corporate codes of ethics: Australia, Canada and Sweden». *Business Ethics. A European Review*, 2009; Volum 18.(3) s. 253–267

Svensson, Göran; Wood, Greg; Singh, Jang; Carasco, Emily; Callaghan, Michael. «Ethical Structures and Processes of Corporations Operating in Australia, Canada, and Sweden: A Longitudinal and Cross-Cultural Study». *Journal of Business Ethics* 2009; Volum 86.(4) s. 485–506

Svensson, Göran; Wood, Greg. «A Framework of Business Ethics – a Synopsis». *I: Business Ethics: Through Time and Across Contexts*. Studentlitteratur 2009 ISBN 9789144055404. s. 403–414

■ 2008

Aydinlik, Arzu Ulgen; Donmez, Dilek; Wood, Greg; **Svensson, Göran;** Callaghan, Michael. «Communicating the ethos of codes of ethics within the organization: A comparison of the largest private sector organizations in Sweden and Turkey». *Journal of Management Development*, 2008; Volum 27.(7) s. 778–790

Svensson, Göran. «Mutual and interactive vulnerability in supply-chain dyads». *International Journal of Logistics Economics and Globalisation*, 2008; Volum 1.(2) s. 123–140

Svensson, Göran. «Scholarly journal ranking(s) in marketing: single- or multi-item measures?». *Marketing Intelligence & Planning*, 2008; Volum 26.(4) s. 340–352

Svensson, Göran. «Supply Chain Management versus Sustainable Chain Management». *ESIC Market*, 2008; Volum 129. s. 219–237

Svensson, Göran; Callaghan, Michael; Wood, Greg. «A longitudinal study of the commitment to business ethics of corporate Australia». *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2008; Volum 6.(1) s. 173–184

Svensson, Göran; Helgesson, Thomas; Slåtten, Terje; Tronvoll, Bård. «Scientific Identity of 'Top' Research Journals in the Broader Discipline of Marketing: Findings and Queries». *European Business Review*, 2008; Volum 20.(5) s. 384–400

Svensson, Göran; Slåtten, Terje; Tronvoll, Bård. «An assessment of the empirical characteristics of top journals in services marketing». *Managing Service Quality*, 2008; Volum 18.(3) s. 289–304

Svensson, Göran; Slåtten, Terje; Tronvoll, Bård. «»Scientific identity» and «ethnocentricity» in top journals of logistics management». *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 2008; Volum 38.(8) s. 588–600

Svensson, Göran; Slåtten, Terje; Tronvoll, Bård; Helgesson, Thomas. «Empirical characteristics of «top» journals in mainstream marketing». *Marketing Intelligence & Planning*, 2008; Volum 26.(2) s. 131–144

Svensson, Göran; Tronvoll, Bård; Slåtten, Terje. «»Empirical characteristics» and «geocentricity» in «top» journals of logistics management». *International Journal of Logistics Management*, 2008; Volum 19.(3) s. 436–450

Svensson, Göran; Wood, Greg. «International standards of business conduct: framework and illustration». *European Business Review* 2008; Volum 20.(3) s. 260–274

Svensson, Göran; Wood, Greg; Mathisen, Bror Roger. «Reflexive and critical views of leadership performance in corporate accomplishment: Framework and illustration». *Journal of Management Development*, 2008; Volum 27.(8) s. 879–899

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Top versus leading journals in marketing: some challenging thoughts». *European Journal of Marketing*, 2008; Volum 42.(03.apr) s. 287–298

Callaghan, Michael; Wood, Greg; **Svensson, Göran**. «The Commitment to Business Ethics of Corporate Australia: 1995–2005: A Longitudinal Study». *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2008; Volum 6.(1) s. 173–184

Einarsen, Kari; Mykletun, Reidar J.. «What Motivates Exhibitors for Participating in a Food Festival?». *I: Culinary Arts and Sciences VI – Global, National and Local Perspectives*. Stavanger: The Worshipful Company of Cooks & Norwegian School of Hotel Management, University of Stavanger 2008 ISBN 82-7644-294-3. s. 33–39

Karp, Tom; Helgo, Thomas I. Tveteraas. «From Change Management to Change Leadership: Embracing Chaotic Change in Public Service Organizations». *Journal of Change Management*, 2008; Volum 8.(1) s. 85–96



Karp, Tom; Helgø, Thomas I. Tveteraas. «The future of leadership: the art of leading people in a «post-managerial» environment». *Foresight* 2008; Volum 10.(2) s. 30–37

McHenry, Joyce E. H.. «The role and management of learning from experience in an entrepreneurial context». I: *Harrison, R and Leitch, C. (eds.) Entrepreneurial Learning Conceptual Frameworks and Applications*. Routledge.. Routledge, 2008 s. 72–93

McHenry, Joyce E. H.; Strønen, Fred. «The trickiness of IT enhanced competence management». *Journal of Workplace Learning*, 2008; Volum 20.(2) s. 114–132

McHenry, Joyce E. H.; Strønen, Fred H.. «The Trickiness of IT enhanced competence management». *Journal of Workplace Learning*, 2008; Volum 20.(1) Suppl. 2. s. 114–131

Svensson, Göran. «Anti-climate change management (ACCM): «Business-as-usual» or «Out-of-the-box»?». *Management Decision*, 2008; Volum 46.(1) s. 92–105

Svensson, Göran. «Sustainable Management: An Accounting Issue». *Issues in Social & Environmental Accounting*, 2008; Volum 2.(1) s. 145–154

Svensson, Göran. «The Industrial/Societal Bullwhip Effects and Supply Chain Performance». *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 2008; Volum 19.(3) s. 436–450

Svensson, Göran; Bååth, Hans. «Supply chain management ethics: conceptual framework and illustration». *Supply chain management*, 2008; Volum 13.(6) s. 398–405

Svensson, Göran; Slåtten, Terje; Tronvoll, Bård. «Scientific identity in top journals of services marketing:

review and evaluation». *International Journal of Service Industry Management*, 2008; Volum 19.(1) s. 134–147

Svensson, Göran; Wood, Greg. «A model of business ethics». *Journal of Business Ethics*, 2008; Volum 77.(3) s. 303–322

2007

Svensson, Göran; Payan, Janice M.. «Cooperation, Coordination, and Specific Assets in Interorganizational Relationships». *Journal of Marketing Management*, 2007; Volum 23.(07.aug) s. 797–812

Svensson, Göran. «A formula of consensus in theoretical descriptions of the reality spectrum: The unification of conceptual «halves»». *European Business Review*, 2007; Volum 19.(3) s. 248–256

Svensson, Göran. «Aspects of Sustainable SCM (SSCM): Conceptual Framework and Empirical Example». *Supply chain management*, 2007; Volum 12.(4) s. 262–266

Svensson, Göran. «Legal requirements for transparency in appointments and promotions in Swedish higher education institutions». *International Journal of Public Sector Management*, 2007; Volum 20.(2) s. 118–133

Svensson, Göran; Slåtten, Terje; Tronvoll, Bård. ««Ethnocentricity» in Top Journals of Services Management: Authors, Editorial Review Boards, Editorial Boards and Editors». *Managing Service Quality*, 2007; Volum 25.(5) s. 563–578

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Research Criteria in Marketing Journals: AMJ, EJM and JM». *Australasian Marketing Journal*, 2007; Volum 15.(3) s. 83–93

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Research Designs and Scientific Identity in Marketing Journals: Review and Evaluation». *European Journal of Marketing*, 2007; Volum 41.(05.jun) s. 419–438

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Are university students really customers? When illusion may lead to delusion for all!». *International Journal of Educational Management*, 2007; Volum 21.(1) s. 17–28

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Ethical Performance Evaluation (EPE): Framework and Case Illustrations». *European Business Review*, 2007; Volum 19.(5) s. 420–430

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Ethnocentricity in Academic Marketing Journals: Authors, Reviewers, Editorial Boards and Editors». *Marketing Intelligence & Planning*, 2007; Volum 25.(3) s. 252–270

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Strategic approaches of corporate codes of ethics in Australia: a framework for classification and empirical illustration». *Corporate Governance: The International Journal of Effective Board Performance*, 2007; Volum 7.(1) s. 93–101

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Sustainable leadership ethics: a continuous and iterative process». *Leadership & Organization Development Journal*, 2007; Volum 28.(3) s. 251–268

Bjerke, Rune; Ind, Nicholas. «Organisasjonsdrevet Merkebygging». Cappelen Damm Akademisk, 2007 (ISBN 9788202275471) 276 s.

Bjerke, Rune; Ind, Nicholas. «The concept of participatory market orientation: An organisation-wide approach to enhancing brand equity». *Journal of Brand Management*, 2007; Volum 15.(2) s. 135–145

Blindheim, Trond. «Forbrukerkultur og hedonisme. I: Forbrukersosiologi». *Makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet*. Cappelen Damm Akademisk 2007 ISBN 9788202267988. s. 251–282

Døving, Runar. «Forbrukets kjennede struktur». I: *Forbrukersosiologi. Makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet*. Cappelen Damm Akademisk 2007 ISBN 9788202267988. s. 355–376

Døving, Runar. «Huset, identitet og representasjon: Å feie ut spøkelser». I: *Under tak – mellom vegger. Perspektiver på boligens betydning i velferdsstaten*. Gyldendal Akademisk 2007 ISBN 9788205365810. s. 29–44

Døving, Runar. «Merkevarer – 45 korreksjoner». Cappelen Damm Akademisk 2007 (ISBN 9788202275006) 223 s.

Ind, Nicholas; Bjerke, Rune. «Branding Governance: A Participatory Approach to the Brand Building Process». *John Wiley & Sons*, 2007 (ISBN 9780470030752) 288 s.

Rolness, Kjetil. «Når ting blir til tegn: en semiotisk tilnærming til smak og livstil». I: *Forbruk som kampport: Pierre Bourdieu sosiologi som verktøy for forbruker forståelse*. Cappelen Damm Akademisk 2007 s. 143–166

Svensson, Göran; Wood, Greg. «A Cross-Continental Examination and Comparison of Descriptive Criteria in Marketing Journals – AMJ, EJM and JM». *Revista de Negocios*, 2007; Volum 12.(3) s. 74–87

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Cause Related Marketing: Commercialism or Altruism: Finding the Balance?». *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 2007; Volum 1.(3) s. 231–241

Svensson, Göran; Wood, Greg; Helgesson, Thomas. «Triangles of Business Ethics: Models and Empirical Illustrations». *Revista de Negocios*, 2007; Volum 11.(3) s. 5–20

Tangen, Karl Fredrik. «Forbruk som kampsport: Pierre Bourdieus sosiologi som verktøy for forbruker forståelse». *I: Forbrukersosiologi. Makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet*. Cappelen Damm Akademisk 2007 ISBN 9788202267988. s. 99–142

■ 2006

Svensson, Göran; Lagrosen, Stefan. «A seminal framework of marketing schools: revisited and updated». *Journal of Management History*, 2006; Volum 12.(4) s. 369–384

Svensson, Göran; Lagrosen, Stefan. «The History of Marketing». *I: Marketing: Broadening the Horizons*. Studentlitteratur 2006 ISBN 91-44-03983-2. s. 17–34

Svensson, Göran. «A quest for a common terminology: the concept of born globals». *Management Decision*, 2006; Volum 44.(9) s. 1311–1317

Svensson, Göran. «Multiple informants and asymmetric interactions of mutual trust in dyadic business relationships». *European Business Review*, 2006; Volum 18.(2) s. 132–152

Svensson, Göran. «New aspects of research into service encounters and service quality». *International Journal of Service Industry Management*, 2006; Volum 18.(03.apr) s. 245–257

Svensson, Göran. «Sequential service quality in service encounter chains: case studies». *Journal of Services Marketing*, 2006; Volum 20.(1) s. 51–58

Svensson, Göran. «Sustainable quality management: a strategic perspective». *TQM Magazine*, 2006; Volum 18.(1) s. 22–29

Svensson, Göran. «The interactive interface of service quality: A conceptual framework». *European Business Review*, 2006; Volum 18.(3) s. 243–257

Svensson, Göran. «The paradox of noia of top journal(s) in marketing». *European Journal of Marketing*, 2006; Volum 40.(11.des) s. 1153–1168

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Cause Related Marketing: Reflections on the First Twenty Years». *I: Cause Related Marketing: An Introduction*. Icfai University Press 2006 ISBN 81314-0445-5.

Svensson, Göran; Wood, Greg. «The Pareto Plus Syndrome in top marketing journals: research and journal criteria». *European Business Review*, 2006; Volum 18.(6) s. 457–467

Svensson, Göran; Wood, Greg; Callaghan, Michael. «Masochistic marketing: Volvo Australia's not «so safe» strategy». *Journal of Consumer Marketing*, 2006; Volum 23.(7) s. 438–444

Svensson, Göran; Wood, Greg. «Sustainable components of leadership effectiveness in organizational performance». *Journal of Management Development*, 2006; Volum 25.(6) s. 522–534

Bjerke, Rune. «How well do advertising images of health and beauty travel across cultures? A self-concept perspective». *Psychology & Marketing*, 2006; Volum 23. s. 865–884

Bjerke, Rune; Polegato, Rosemary. Differences in Value Orientations of Coca Cola Drinkers and House Cola Drinkers: A cross-national investigation. *Journal of Euromarketing* 2006; Volum 15.(4) s. 7–33

Bjerke, Rune; Polegato, Rosemary. «The Link between Cross-Cultural Value Associations and Liking: The Case of Benetton and Its Advertising». *Journal of Advertising Research*, 2006; Volum 46.(3) s. 263–273

Karp, Tom. «The Inner Entrepreneur: a Constructivist View of Entrepreneurial Reality Construction». *Journal of Change Management*, 2006; Volum 6.(3) s. 291–304

Karp, Tom. «Transforming organisations for organic growth: the DNA of change leadership». *Journal of Change Management*, 2006; Volum 6.(1) s. 3–20

Lagrosen, Stefan; **Svensson, Göran.** «Marketing: Broadening the Horizons». Studentlitteratur 2006 (ISBN 91-44-03983-2) 306 s.

Tangen, Karl Fredrik. «De sterke nettverks styrke». *I: Tenk nettverk*. Oslo: Vidarforlaget 2006 ISBN 978-82-7990-057-3. s. 223

Tangen, Karl Fredrik. «Forbrukeren er sosial: et forsvar for sosiale prosesser som utgangspunkt for forbrukerforståelse». *I: Tall, tolkning og tvil – bak metodevalg i økonomi, ledelse og markedsføring*. Cappelen Damm Akademisk 2006 ISBN 8202260450. s. 277

Wood, Greg; **Svensson, Göran.** «Marketing Ethics». *I: Marketing: Broadening the Horizons*. Studentlitteratur 2006 ISBN 91-44-03983-2. s. 252–272

■ 2014

Fernando G. Beltrami, Christian Froyd, **Asgeir Mamen** & Timothy D. Noakes. «The validity of the Moxus Modular metabolic system during incremental exercise tests: impacts on detection of small changes in oxygen consumption». *Eur J Appl Physiol*. Published online January 30, 2014. DOI 10.1007/s00421-014-2825-x

Jebens E; Medbø JI; Knutsen O; **Mamen A**; Veiersted KB, «Association between perceived present working conditions and demands versus attitude to early retirement among construction workers». *Work*, ISSN: 1875-9270, 2014 May 14; Publisher: IOS Press; PMID: 24858514.

Robert Froud, Sue Patterson, Sandra Eldridge, Clive Seale, Tamar Pincus, Dévan Rajendran, **Christian Fossum** and Martin Underwood. «A systematic review and meta-synthesis of the impact of low back pain on people's lives». *BMC Musculoskeletal Disorders*, 2014, 15:50. <http://www.biomedcentral.com/1471-2474/15/50>

B. Clarsen, R. Bahr, M. W. Heymans, **M. Engedahl**, G. Midtsundstad L. Rosenlund, G. Thorsen, G. Myklebust. «The prevalence and impact of overuse injuries in five Norwegian sports: Application of a new surveillance method». *Scand J Med Sci Sports*, 2014

T. Alraek. «Designing Clinical Studies That Take into Account Traditional East Asian Medicine's Systems and Methods – with Focus on Pattern Identification». *Chin J Integr Med*, 2014 May;20(5):332–335

Stephen Birch & Terje Alraek. «Traditional East Asian Medicine: How to Understand and Approach Diagnostic Findings and Patterns in A Modern Scientific Framework?» *Chin J Integr Med*, 2014 May;20(5):336–340.

■ 2013

Mamen A, Oseland H og Medbøe JI. «Comparison of two physical ability tests for firefighters.pdf». *Ergonomics*. 2013;56(10):1558–68. doi: 10.1080/00140139.2013.821171. Epub 2013 Sep 5.

Thoresen L, Frykholm G, Lydersen S, **Ulveland H**, Baracos V, Prado C, Birdsell L, Falkmer U. «Nutritional status, cachexia and survival in patients with advanced colorectal carcinoma». *Different assessment criteria for nutritional status provide unequal results*. *Clinical Nutrition* 2013; 32 (1): 65–72

Hooper R, **Froud R**, Bremner S, Perera, R Eldridge S. «Cascade diagrams: a new graphical method for depicting complex interventions in randomised trials». *BMJ*, 2013, 347:f6681. Doi 10.1136/bmj.f6681

Diaz-Ordaz K, **Froud R**, Slowther AM, Eldridge S. «The quality of cluster randomised trials in nursing and care homes». *BMC Medical Research Methodology*. 2013 13(1):127

Patel S, Friede T, **Froud R**, Evans DW, Underwood M. «Systematic review of randomized controlled trials of clinical prediction rules for physical therapy in low back pain». 2013 *Spine*, 38(9):762–769

Diaz-Ordaz K, **Froud R**, Sheenan, B & Eldridge S. «A systematic review of cluster randomized trials in residential facilities for older people suggests how to improve quality». *BMC Medical Research Methodology* 2013, 13:127

Nielsen A, Macpherson H, **Alraek T**. «Acupuncture for Military Personnel Health and Performance». *J Altern Complement Med*. 2013 Dec 10. Letter to the editor. PMID: 24325262

Birch S, **Alraek T**, Norheim AJ. «Acupuncture adverse events in China: a glimpse of historical and contextual aspects». *J Altern Complement Med*. 2013 Oct;19(10):845–50. doi: 10.1089/acm.2012.0639. Epub 2013 Apr 1. PMID: 23544845

Ostergaard L, Kolle E, **Steene-Johannessen J**, Anderssen SA, Andersen LB. «Cross sectional analysis of the association between mode of school transportation and physical fitness in children and adolescents». *Int J Behav Nutr Phys Act*. 2013 Jul 17;10:91. doi: 10.1186/1479-5868-10-91.

Steene-Johannessen J, Kolle E, Andersen LB, Anderssen SA. «Adiposity, aerobic fitness, muscle fitness, and markers of inflammation in children». *Med Sci Sports Exerc*. 2013 Apr;45(4):714–21. doi: 10.1249/MSS.0b013e318279707a.

■ 2012

Stub T, **Alraek T**, Salamonsen A. «The Red flag! risk assessment among medical homeopaths in Norway: a qualitative study». *BMC Complement Altern Med*. 2012 Sep 11;12:150. doi: 10.1186/1472-6882-12-150. PMID: 22967054

Stub T, Salamonsen A, **Alraek T**. «Is it possible to distinguish homeopathic aggravation from adverse effects? A qualitative study». *Forsch Komplementmed*. 2012;19(1):13–9. doi: 10.1159/000335827. Epub 2012 Jan 27. PMID: 22398921

Froud R, Underwood M, Eldridge S. «Improving the reporting and interpretation of clinical trial outcomes». *Br J Gen Pract*. 2012 Oct;62(603):729–31

Froud R, Underwood M, Carnes D, Eldridge S. «Clinicians' perceptions of reporting methods for back pain trials: a qualitative study». *British Journal of General Practice*. 2012 62, (596), e151–e159.

Froud R, Eldridge S, Diaz Ordaz K, Marinho V, Donner, A. «Quality of cluster randomized controlled trials in oral health: a systematic review of reports published between 2005 and 2009». *Community Dentistry and Oral Epidemiology*. 2012, 40(S1) 3–14.

Berstad P, Randby A, Seim Ekeland G, **Ulveland H**, Omeland T, Almen-dingen K. «Body fat and fat-free mass measured by bioelectric impedance spectroscopy and dual-energy X-ray absorptiometry in obese and non-obese adults». *Br J Nutr*. 2012; 107: 1192–1200

Thoresen L, Frykholm G, Lydersen S, **Ulveland H**, Baracos V, Birdsell L, Falkmer U. «The association of nutritional assessment criteria with health-related quality of life in patients with advanced colorectal carcinoma». *Eur J Cancer Care*. 2012;21(4):505–16

Brun H, Møller T, **Fredriksen PM**, Thaulow E, Pripp AH & Holmstrom H. «Sildenafil increases biventricular systolic performance in exercise induced pulmonary hypertension associated with heart septal defects». *Pediatric Cardiology*, 2012, Mar 1.

Forberg SI, Støren Ø, **Fredriksen PM**. «Blood pressure response to quadriceps strength training in children». *Int J Sport Med*. 4 May 2012.

Mamen, A. «Systematisk og individualisert fysisk trening av rusmisbrukere med sekundære psykiatriske diagnose». *BestPractice Norge*, 2012 ;Volum 3.(9) s. 60–63

Medbø, Jon Ingulf; **Mamen, A**; Beltrami, Fernando G. «Examination of the Moxus Modular Metabolic System by the Douglas-bag technique». *Applied Physiology, Nutrition and Metabolism*, 2012 ;Volum 37.(5) s. 860–871

Medbø, Jon Ingulf; **Mamen, A**; Resaland, Geir Kåre. «New examination of the performance of the MetaMax I metabolic analyser with the Douglas-bag technique». *Scandinavian Journal of Clinical and Laboratory Investigation*, 2012 ;Volum 72.(2) s. 158–168

2011

Fredriksen PM. «Exercise testing, In: Pediatric Cardiovascular Medicine, 2 ed. Moller JH & Hoffman JIE (ed)». Chapter 11, p 200–206. 1096 p. February 2012. Wiley-Blackwell. ISBN: 978-1-4443-3589-7. EPUB E-book: ISBN: 978-1-4443-9876-2. Chapter 11. 900 p. December 2011.

POSTER/ABSTRACT

2013

Mamen, A. «Erfaringer med bruk av systematisk trening hos rusmiddelbrukere med sekundære psykiatriske lidelser». Forskerseminar om fysisk aktivitet og mental sundhet; 2013-11-04 - 2013-11-04

Mamen, A. «Experiences with Problem-based learning in Health Education». NERA's 41st congress; 2013-03-07 – 2013-03-09

Mamen, A; Aaberge, Kari. «Jump height as an measure of physical fitness». 21st International congress on physical education and sport; 2013-05-17 - 2013-05-19

Mamen, A; Fredriksen, Per Morten. «Nordic Walking with Tyre Pulling». ACSM 60th annual meeting; 2013-05-27 - 2013-05-30

Mamen, A; Fredriksen, Per Morten. «The feasibility of using perceived exertion to estimate maximal heart rate». ECSS 18th annual congress; 2013-06-26 - 2013-06-29

Mamen, A; Strand, Hanne; Norden-gen, Solveig. «Intrinsic motivation for physical activity in females participating in a lifestyle programme». International symposium «Physical activity and health promotion during life course»; 2013-01-21 - 2013-01-23

Møller T, **Fredriksen PM**, Holmstrøm H, Thaulow E. «Impaired right ventricular contractile reserve late after surgical closure of isolated atrial septal defect». WCPCCS 2013, 17–22 februar. Cape Town, Sør-Afrika

Møller T, **Fredriksen PM**, Holmstrøm H, Thaulow E. «Exercise capacity and quality of life in adolescents after surgical closure of atrial or ventricular defect during childhood». WCPCCS 2013, 17–22 februar. Cape Town, Sør-Afrika

Mamen, Asgeir; **Fredriksen, PM**. «Nordic Walking with Tyre Pulling». ACSM 60th annual meeting; 2013-05-27 - 2013-05-30

Mamen, Asgeir; **Fredriksen, PM**. «The feasibility of using perceived exertion to estimate maximal heart rate». ECSS 18th annual congress; 2013-06-26 - 2013-06-29

R Froud, S Patel, P Bright, T Bjrkli, S Eldridge, D Rajendran, R Buchbinder, D Evans, M Underwood. Norsk Forening for Ryggforskning Tverrfaglig Ryggforum (NFRF) annual meeting. «Systematic review of populations, reporting, and outcomes, with bias estimation (PROBE) in back pain trials»: 1980–2012. Oslo, April 2013

Somner J, Bourne R, Shah P & **Froud R**. «Identifying requirements for effective glaucoma electronic health records: a consensus study»

D Rajendran, P Bright, **R Froud**. «Society of back pain research conference (SBPR) annual meeting». Frequency and pattern of commonly occurring adverse events following osteopathic treatment in an osteopathic teaching clinic. Isle of Man, November 2012

R Froud, T Bjrkli, P Bright, S Patel, D Rajendran, M Underwood, S Eldridge D Evans, R Buchbinder. LBP Forum XII. «Systematic review of populations, reporting, and outcomes, with bias estimation (PROBE) in back pain trials: 1980–2012». 16 to 19 October, 2012

R Froud, S Patel, P Bright, T Bjrkli, S Eldridge, D Rajendran, R Buchbinder, D Evans, M Underwood. LBP Forum XII. «Systematic review of populations, reporting, and outcomes, with bias estimation (PROBE) in back pain trials: 1980–2012». PART II – Minimally important changes. Odense. 16 to 19 October, 2012

R Froud, S Patterson, S Eldridge, C Fossum, T Pincus, C Seale, MUnderwood. «LBP Forum XII What aspects of improvement in low back pain do patients consider important? A systematic review and meta-synthesis of qualitative literature». Odense. 16 to 19 October, 2012

Froud R, Underwood M & Eldridge S. «Improving the reporting and interpretation of clinical trial outcomes». Debattinnlegg i British Journal of General Practice. Oktober 2012.

Froud R, Patterson S, Eldridge S, Seale C, Pincus T, Rajendran D, Fossum. «Exploring patients perceptions of important change (EPIC)»

Stikkordregister

A

Abelia 25
 ADB-studiet 14, 15
 akkreditering 19, 25, 26, 32, 43, 77
 aksjon lønnsomhet (i 2001) 18
 Aktiv Læring CK 25, 98–99
 Akupunkturhøyskolen (AKHS)
 26, 88
 Amandaprisen 68
 ansatte ved CK 155–161
 ansettelseskriterier 45
 Anti Bergen 64, 65
 Arbeidernes Opplysnings-
 forbund 12
 Athene 18
 avdeling for studiekvalitet CK 102
 avgangsutstilling (CK Stavanger)
 70–73

B

bachelorstudier ved Markedshøy-
 skolen 82
 bachelorstudier ved Norges
 Kreative Høyskole 84, 87
 Bedriftslederskolen 14
 bibliografi 162–172
 biblioteket CK 105
 brevundervisning 10, 11, 13–15

C

Campus Kristiania-sangen 22
 «city school» 20, 37
 CK i Bergen 62–66
 CK i Oslo 60, 61
 CK i Stavanger 70–75
 CK i Trondheim 67–69

D

designmal (2001) 18
 digitalt klasserom (Luvit) 95
 driftsavdelingen CK 109

E

Education Link CK 100, 101
 eksamensteamet CK 105
 eksemplarisk læring 56
 Erasmus 83
 Ernst G. Mortensens Stiftelse 9,
 10, 13
 estetiske og kunstneriske fag 46, 47

F

fagbrev 31
 fagskoleloven 23, 24, 30
 fagskolen, navnebytte i 2013 31
 fagskolestudier ved Norges
 Kreative Høyskole 84, 87
 fagskoleutdanning 30, 31
 fagstabsrådgiver 79
 fakkelmannen (NKS' symbol) 2
 fakultetsadministrasjonene 78, 79
 fakultetsprinsippet 77
 fellesavdelingene CK 102–109
 Festspillene i Bergen 64, 65
 fjernundervisning 14–16
 Folkets Brevskole 12
 forskningsbasert undervisning 34,
 46, 47
 Forum for fagskoler 25

G

gavebrev 13

H

Handelshøyskolen BI 18, 43
 Havforskningsinstituttet 64
 Helse Bergen 64
 Hjemmet (ukebladet) 10
 HR- og personalavdelingen CK 108
 Høgskolen i Oslo 24
 Høyesterett 16
 Høyskolekollegiet 39, 151
 Høyskoleloven fra 2005 25

I

innsendingsoppgaver 96
 institutt for akupunktur (Norges
 Helsehøyskole) 88
 institutt for fysisk aktivitet,
 ernæring og folkehelse 88
 Institutt for Høyere Markedsføring
 (IHM) 16, 17
 institutt for osteopati (Norges
 Helsehøyskole) 88
 internasjonale universiteter (sam-
 arbeidspartnere) 100
 internasjonalisering ved Norges
 Kreative Høyskole 86
 internasjonalt kontor HKC 104
 International Correspondence
 Schools 11
 «Into Campus» (introduksjons-
 uke) 78
 IT/læringsteknologi CK 108

J

jobbsøking 98
 Johan Arndt-konferansen 49

K

Kannikgården (lokaler i Stavanger)
 70, 74
 Kirkegata 24–26 (lokaler i Oslo) 19,
 20, 28, 29, 37, 60, 140, 143
 kjerneverdiene 40
 Kjøpmannsgata 61, 63 og 65 (lokaler
 i Trondheim) 67
 kommunikasjonsavdelingen CK 106
 Korrespondanse Akademiet
 (K.A.-skolen) 16
 korrespondanseundervisning 10,
 11, 13–15
 Kunnskapsdirektoratet 30
 kunstnerisk utsmykning 60
 kunstneriske og estetiske fag 46, 47
 kursblogg (nettstudier) 96
 kursinnhold (nettstudier) 95
 kvalitetsreformen (2003) 18, 25
 kvalitetssikringsarbeidet 43
 kvalitetssikringssystem 32, 43

L

Landbrukets Brevskole 12
 «Learning Catalytics» 90
 ledergruppen 151
 Leeds Metropolitan University 88
 Litteraturhuset i Bergen 66
 logo (2001) 18
 Losby Gods (fellessamling) 21, 22
 lov om fagskoleutdanning 16
 Luvit (digitalt klasserom) 95
 læringsutbytte 34

M

Markedshøyskolen 23–27, 80–83
 massasje CK 109
 masterstudier ved Markedshøyskolen 82
 Merkantilt Institutt (MI) 16–18 , 23, 86, 140, 142
 MH68°nord 83
 MI 86
 MI-gruppen 16
 mikroblogg (nettstudier) 96
 morgendagens utdanning 42, 46
 mål (forskning) (2014–2018) 49
 mål (undervisning) 42
 mål (strategiske delmål) 41

N

NAV 98
 navneendring 140, 144
 NeoLab 64
 nettkurs 95
 nettveiledning 94, 96
 NHO Service 61
 NKS Fjernundervisning 14, 15, 16, 18, 23, 86, 140, 141
 NKS-Gruppen 17–19, 140
 NKS Høyskolen(e) 14, 16, 18, 19, 23
 NKS Nettstudier 24, 26–28, 92–97
 NKS Nettstudier, fagkategoriene 92
 NKS Nettstudier, læringsportal 92, 96
 NKS Nettstudier, pedagogikk 93
 NKS-Forlaget 13, 18
 NKS-kataloger 24
 NKS-orkesteret 12, 13
 NKS-posten 11
 NOKUT (Nasjonalt organ for kvalitet i utdanningen) 31, 32, 87
 NOKUT-godkjenning 23–25, 31, 32
 «Nordic Light Event» 68
 Nordisk Akademi for Osteopati (NAO) 26, 88
 Nordiske Mediedager 64

Norges Helsehøyskole 26, 27, 29, 88–91
 Norges Håndverkerforbund 11
 Norges Kreative Fagskole 23, 24, 26, 27, 29, 31, 142, 84–87
 Norges Markedshøyskole 19
 Norges Merkantile Fagskole (NMF) 23, 25, 86, 142
 Norsk Korrespondenceskole 9, 10
 Norsk Reiselivshøyskole (NRH) 16, 18, 19, 140
 Norsk Reiselivsskole 140
 Norsk Ukeblad 12
 NOU-utvalg 30

O

OMH Business School 19
 Open University 14, 15
 opptaks- og studentøkonomiteamet CK 105
 opptakskompetanse 30
 organisasjonskart 152
 Oslo Markedshøyskole (OMH) 19, 140
 Oslo Merkantile Høyskole (OMH) 16, 17, 18

P

pedagogisk idé 42
 «Photographic Graduate of the Year» 68
 Pilestredet (lokalisering) 140
 Politidirektoratet 64
 portalsiden, NKS Nettstudier 95
 praksis-sjokk 52
 praksisnær undervisning 34, 52, 55–57, 61, 64, 84–86
 praksisplasser 98
 Prinsens gate 7–9 (lokaler i Oslo) 29, 37, 60, 143
 prisen for at vi blir lagt merke til 51
 prisen for faglig-pedagogisk utviklingsarbeid 50

prisen for fremragende forskning 50
 prisen for fremragende undervisning 50
 problembasert læring 89
 problemorientering 55
 Promentor 22
 prosjekt- og strategiavdelingen CK 106
 prosjektorganisering 55
 publiseringspoeng 43

R

Raftoprisen 64
 realkompetansevurdering 30
 reiselivs- og hotellstudiet 80
 Reiselivshøyskolen 80
 rekruttering 80
 rekrutteringsarbeid 44
 resepsjonen CK (i Oslo) 39
 ressursplanleggere CK 104
 Rogaland distriktshøyskole 14
 rådsforsamlingen 151

S

salg- og markedsavdelingen CK 102
 samfunnsoppdrag 42, 46
 Sandkassen Reklame 71
 skjulte reserver 140
 sluttkompetanse 30
 statsstøtte 46
 Stiftelsen (Ernst G. Mortensen) 9, 10, 13
 Stjernø-utvalget 147
 storytelling 22
 strategiplan 2014–2018 28, 33
 strategiplan 2010–2014 25
 strategiplanen fra 2005 21–23
 student- og personalkantinen CK 109
 studentbedrift (NKH i Stavanger) 71
 studentklinikk 90, 91

studentservicesenteret CK 106
 studentunionen ved CK 76
 studieavdelingen CK 104
 studiekompetanse 31
 Studier i utlandet AS 100
 studietilbudene ved CK 154
 studietilbudene ved Norges Helsehøyskole 88
 styret 150
 suksesskriteriene 38

T

teknisk fagskole 30
 Telemark Lærerhøgskole 14
 The World Marketing Congress (WMC) 19, 25
 TV2 64

U

Ullevål stadium (lokaler) 88
 undervisningskvalitet 34
 Ungt Entreprenørskap Hordaland 65, 66
 Universitetet i Oslo 43
 utenlandske studiesteder 83

V

valgfag ved Markedshøyskolen 83
 veilederrollen, NKS Nettstudier 94
 vekststrategi (januar 2010) 26
 videoforelesning 90

Y

yrkesopplæring 12

Ø

økonomiavdelingen CK 107

Å

Årets Gassebedrift 98
 Årets lærer-prisen 75

