

Nr. 51

RAPPORT

Thomas Lewe

MD201 STRATEGIC DESIGN
VED HØGSKULEN I VOLDA

Forfatter	Thomas Lewe
Utgjevar	Høgskulen i Volda
År	2014
Serie	Rapport
ISBN	978-82-7661-314-8 (digital utgåve)
ISSN	1891-5981
Sats	Forfattar
Distribusjon	http://www.hivolda.no/rapport

MD201 Strategic Design ved Høgskulen i Volda – en undersøkelse blant studenter i emnet MD201 2003-2011.

© Forfattar/Høgskulen i Volda

Føresegnene i åndsverklova gjeld for materialet i denne publikasjonen. Materialet er publisert for at du skal kunne lese det på skjermen eller framstille eksemplar til privat bruk. Utan særskild avtale med forfattar/Høgskulen i Volda er all anna eksemplarframstilling og tilgjengeleggjering berre tillate så langt det har heimel i lov eller avtale med Kopinor, interesseorgan for rettshavarar til åndsverk..

Rapport / Høgskulen i Volda og Møreforskning Volda

Vitskaplege og andre faglege arbeid på høgare nivå enn notat. Både forfattar og institusjon er fagleg ansvarlege for publikasjonen. Arbeida kan vere rapportar frå prosjekt/oppdragsverksemd eller reint teoretiske arbeid av eit visst omfang. Rapportane må vere godt gjennomarbeidde med omsyn til innhald, struktur og språk og innehalde referansar. Rapportane skal vere godkjende av anten dekan eller prosjektleiar eller annan fagperson dei har utpeika og FoU-leiar ved HVO.

FORORD

Denne rapporten er en del av mitt FOU arbeid ved Høgskulen i Volda. Som førsteamanuensis og designer på mediaavdelingen ved Høgskulen i Volda har jeg undervist i faget Strategic Design siden 2003. Tilbudet har vært under konstant utvikling frem til idag - denne rapporten tar sikte på å måle relevansen av faget for studentenes yrkesvalg. Rapporten presenterer resultatene fra en elektronisk spørreundersøkelse gjennomført blant studenter som tok emnet MD201 Strategic Design i perioden 2003 - 2011.

Volda, april 2014

Thomas Lewe

INNHOOLD

Forord	5
Innhold	6
Figurer	7
1. Innledning.....	8
2. Problemstilling	8
3. Metode og struktur	8
4. Om emnet MD201 Strategic Design	10
A. Hva er Strategisk Design	10
B. Historikk MD201 Strategic Design ved HVO	12
C. Utvikling MD201 Strategic design	14
5. Spørreundersøkelse	15
A. Validitet	15
B. Utdanning	17
C. Jobb	23
6. Konklusjon.....	34
Referanser	35
Vedlegg	36

FIGURER

Figur 01a (n=281): Kjønnfordeling blant alle studenter som har tatt emnet Strategic Design	15
Figur 01b (n=149): Kjønnfordeling blant kandidatene som har svart på spørreundersøkelsen.	15
Figur 02: Svarprosent per år (n=149)	16
Figur 03a: Fordeling Norske studenter / Erasmus studenter per år	16
Figur 03b: Svarprosent Norske studenter / Erasmus studenter per år	17
Figur 04: Hvor stor del av din utdanning har vært design relatert - målt i ETCS credits (n=149)?	18
Figur 05: Påvirkning av Strategic Design for videre yrkesvalg (alle studenter, i prosent) (n=149)	18
Figur 06a: Fullført utdanning (n=149)	19
Figur 06b: Under utdanning (n=149)	19
Figur 07: Nåværende og tidligere studieprogram (n=164)	20
Figur 08: Var du fornøyd med Strategic Design i Volda (n=149)?	21
Figur 09: Hvilken deler av emnet var mest interessant (n=499)?	22
Figur 10: Eksamenstidspunkt og aktuell arbeidsstatus (do you have a permanent job?). (n=149)	23
Figur 11: Kjønnfordeling av de 90 kandidatene som sa at de har en permanent jobb (n=90)	24
Figur 12a (n=96): Kjønnfordeling jenter i jobb (56) / ikke i jobb (40)	24
Figur 12b (n=53): Kjønnfordeling gutter i jobb (34) / ikke i jobb (19)	25
Figur 13a (n=90): Nasjonalitet og kjønn - fordeling "i fast arbeid"	25
Figur 13b (n=59): Nasjonalitet og kjønn - fordeling "ikke i fast arbeid"	26
Figur 14a: Geografisk plassering av arbeidsplassen (n=90)?	26
Figur 14b: Kandidater i fast arbeid (n=90)?	27
Figur 15: Din bedrifts størrelse (antall ansatte) (n=90)?	27
Figur 16: Norske og utenlandske kandidater's fordeling i bedrifter med diverse størrelser (n=90)	28
Figur 17: I hvilken type bedrift er du ansatt i (n=90)?	29
Figur 18a: Er jobben din relatert til din utdanning (n=90)?	29
Figur 18b: Ansvarsområde i din job (n=90)?	30
Figur 19a: Er din jobb relatert til din utdanning (utenlandske kandidater)? (n=21)	31
Figur 19b: Er din jobb relatert til din utdanning (norske kandidater)? (n=61)	31
Figur 20: Hvor viktig er design kunnskaper i ditt arbeid (n=90)?	32
Figur 21: PÅLITELIGHET, KOMPETANSE, KREATIVITET og SOSIALT ENGAGEMENT i ditt arbeid (n=90)	33

1. INNLEDNING

Helt siden oppstarten av Strategic Design i 2003 har jeg vært nysgjerrig på om studentene har hatt bruk for emnet i sin videre studie- og yrkeskarriere. Med bakgrunn som designer har jeg etablert dette tilbudet med håp om å kunne gi studentene et realistisk innblikk i strategiarbeid i design relaterte yrker. Avdeling for Kulturfag etablerte i 2003 studieprogrammet MID (Media, IKT og Design). Formidling av kunnskap rundt media, IKT og design skulle stå i fokus i denne utdanningen. Mange av studentene i emnet Strategic Design har vært MID studenter. Undervisning har forutsatt minimalt med forhåndskunnskaper om design. Emnet skulle i første rekke være en innføring i strategiske arbeidsprosesser, og det skulle være åpent for alle som ville arbeide med designrelaterte oppgaver i fremtiden.

Etter nesten 10 år med undervisning i Strategic Design ved HVO ønsket jeg å evaluere emnet. Jeg ville finne ut om emnet har påvirket studentenes yrkesvalg og om emnet er relevant som et tilbud ved avdeling for mediefag. HVO tilbyr ikke en komplett designutdanning slik det f.eks. er tilfelle ved Kunsthøgskolene i Oslo og Bergen. Derfor ville jeg gjerne vite om faget var og er et godt fag-tilbud. Evalueringen kan forhåpentligvis gi indikasjoner på om designundervisning fungerer etter intensjonen og dermed si noe om mulighetene for å utvide fagtilbudet i fremtiden. Siden det også er mange Erasmus studenter som tar dette faget, håpet jeg å finne noe informasjon om det internasjonale arbeids-markedet gjennom svarene i spørreundersøkelsen.

2. PROBLEMSTILLING

Den overordnede problemstillingen i denne rapporten er: *I hvilken grad er emnet MD201 Strategic Design i den formen det tilbys ved HVO relevant for studentenes studie- og yrkesvalg?* Som del-problemstilling ønsker jeg å få svar på:

1. *Har emnet Strategic Design påvirket studentenes oppfatning av designbegrepet?*
2. *Hvilken stillinger arbeider kandidatene i som har fått fast stilling?*

3. METODE OG STRUKTUR

Jeg har gjennomført en kvantitativ spørreundersøkelse blant alle studenter som tok emnet MD201 Strategic Design ved HVO i perioden 2003 til 2011. Svarene i spørreundersøkelsen er baserte på studentens oppfatning av spørsmålene, og jeg har ikke brukt annet material eller statistikk for å underbygge svarene. Spørreundersøkelsen er administrert gjennom Google documents. Formuleringene av spørsmålene var både åpne (Hellevik 2002), dvs. uten svaralternativer, hvor respondenten selv har formulert svaret, og faste svaralternativer (ibid). Alle studentene fikk de samme spørsmålene og rekkefølgen på spørsmålene var den samme.

Siden mange av de tidligere studentene ikke lenger var registrert på høgskulen med en gyldig email-adresse, har jeg distribuert spørreundersøkelsen på forskjellige måter: Jeg har sendt ut email invitasjoner til studentene jeg hadde email adressen til. De jeg ikke nådde gjennom email (eller de jeg fikk i retur pga ugyldig email-adresse) kontaktet jeg gjennom facebook (der det var mulig). Jeg har også spurt studenter jeg hadde en email-adresse til om medstudentenes kontaktinformasjon. Alt i alt har jeg klart å etablere kontakt med 274 av 281 studenter. Spørreskjemaet ble sendt ut den 5. mai 2012. Noen mottok det et par dager senere, der email adressen ikke fungerte i første omgang. Siden Google documents ikke sender ut automatiske purringer, sendte jeg ut purringer en uke senere ved hjelp av email.

I en kort innledning til spørreundersøkelsen forklarte jeg hva undersøkelsen skulle brukes til, og at skjemaet var saksorientert, dvs. at personene bak svarene forble anonyme (jeg har ikke bedt om ID-kjennetegn). Spørreundersøkelsen er derfor ikke meldepliktig (personvern). Ulempen ved denne metoden er at en ikke har noe garanti for at respondentene kun har svart én gang.

281 studenter har tatt emnet MD201 Strategic Design i perioden 2003 - 2011. Spørreundersøkelsen har blitt besvart av 149 personer. Det er en svarprosent på 53%. Undersøkelsen er lagt ved som apendix i slutten av denne rapporten.

I undersøkelsen spør jeg om kjønn, i hvilket år de tok emnet, hvor gamle de var da de startet, om de var Erasmusstudent eller regulære HVO-studenter, når de evt. gjennomførte studiet og om vedkommende nå er i fast arbeid.

Med fokus på de som er i fast arbeid, spør jeg om hvilken type arbeid de utfører, hvor stor bedriften er (antall ansatte), og om de mener at arbeidet er relatert til deres utdanning. Jeg stiller spørsmål om arbeidet er design relatert, om hvor viktig kunnskapen om design generelt og Strategisk Design spesielt er i deres job-hverdag, og hvilken aspekter ved design som er mer relevante enn andre.

Jeg spør også om hvor stor del av utdanningen i tillegg til Strategic Design har vært design relatert og, om Strategisk Design emnet i Volda ha vært tilfredsstillende og om hvilken deler av emnet har vært mer eller mindre interessant og relevant.

Undersøkelsen er ikke stor når en se på hvor mange kandidater det gjelder, og svarprosenten - særlig i avsnitt 4b, der jeg fokusere på kun de som er i fast arbeid - er forholdsvis liten. Resultatene må derfor hele tiden ses i forhold til dette.

4. OM EMNET MD201 STRATEGIC DESIGN

A. HVA ER STRATEGISK DESIGN

Strategisk Design er en kompleks prosess, hvor designbyråer med tverrfaglig kompetanse utvikler eller forbedrer varemerker, produkter eller tjenester for bedrifter. Målet er å arbeide frem konkurransedyktige resultater (design, budsjett, infrastruktur, bærekraft, kompleksitet, osv.), basert på faglig research internt i bedriften og i markedet. Målgruppe- og produktanalyser, plassering i markedet, bedriftsstrukturer og -økonomier og omdømme-analyser er typiske deler i denne prosessen. Det er helt nødvendig å samarbeide med grupper i bedriften som kan bidra med viktig informasjon om bedriftens historikk og dens dags-aktuelle struktur. Strategisk design er derfor en kontinuerlig prosess som både må ta hensyn til forandringer i markedet og til bedriftens posisjonering og utvikling.

I Norge er forståelsen av begrepet Strategic Design omdiskutert. Både designere og kunder trenger definisjoner og avklaringer av begrepet. Wanda Grimsgaard (Norsk designer, ansatt som professor i visuell kommunikasjon / grafisk design ved Høgskolen i Buskerud) er ett av medlemmene i designfaglig forum. Forumet ble etablert etter initiativ fra Norsk Designråd. Grimsgaard har sammen med kollegaer arbeidet med å samordne og definere fagterminologier i designfagene. Tjenestene som skjuler seg bak enkelte design fagbegrep (som t. d. Strategic Design) er uklare. Fagutøvere og kunder i Norge og i utlandet opererer ofte med forskjellige begreper for de samme tjenestene. Jeg vil derfor trekke frem noen viktige definisjoner på Strategisk Design og relaterte faguttrykk.

Silje Kamille Friis (dansk industridesigner) har arbeidet med en Ph.D. som er relatert til forståelsen av design metoder og prosesser i strategisk design byråer. Hun har beskrevet hovedforskjellen mellom tradisjonelle design byråer og byråer som har spesialisert seg på Strategic Design slik:

Traditional design agencies work from the assumption that the client has already identified the problem and know what is needed: A new building, a graphic identity or a new product line. The traditional design agency will thus move straight to problem-solving mode, which in many instances is focused on the development of form and function. In contrast, strategic design agencies help clients identify strategic challenges and opportunities. Strategic design agencies will listen to the problem stated by the client – but do not take for granted that the client has identified the real problem or opportunity space. Helping the client gain a deeper understanding will often reframe the starting point, save valuable resources and disclose new opportunities. (Friis, 2005, side 6)

Friis peker altså på at arbeidsmetodene har forandret seg. Hun differensierer mellom tradisjonelle designbyråer (hvor kunden har identifisert et problem, designbyrået jobber med form og funksjon) og strategisk design byråer (hvor kunden og byrået definerer problemet i felleskap). Et slikt konseptuelt samarbeid er tverrfaglig og krever felles forståelse av arbeidsprosesser og fagbegrep.

Christina Zetterlund er ansatt som intendent ved Röhsska museet i Stockholm. Hun har i sin doktoravhandling (Design i informasjonsålder. Om strategisk design. Historia och praktik.) hevdet:

Tanken på design som ett konkurrensmedel för industrin blev under 1990-talet allmänt accepterad och ett viktigt inslag i den svenska diskussionen om design. (19) Centralt i diskussionen om strategisk design var att designen inte bara skulle vara ett ytligt tillägg utan ett omfattande arbete som satte sin prägel på hela företagens organisasjon. Viktigt i den strategiska designdiskursen var att företaget skulle skilja sig från sina konkurrenter vilket är en traditionell och etablerad syn på marknadskommunikation. Därutöver blev det också viktigt att företaget skulle övertyga omvärlden att de faktiskt var vad de utgav sig för att vara. Produkten antogs inte längre ensam kunna övertyga omvärlden utan företagens medvetna helhet var nödvändig. Ett utbrett antagande var att vi skapade oss en bild, en image, av företaget med hjälp av flera beståndsdelar som till exempel annonser, eventuella besök, affären där vi köper produkterna eller andra former av kontakt med företaget. (21) För att kunna skapa en övertygande bild måste företaget aktivt arbeta med alla sina visuella uttryck: produkter, omgivningar och kommunikationsmaterial, det som kallades företagens strategiska medier. (22)
(Zetterlund, 2002, side 11, 12)

Produktene til en bedrift eller sørvistilbudet til en organisasjon kan som Zetterlund har påpekt bl. a. måles i forhold til eksisterende og konkurrerende produkt. Funksjon og design, pris, kvalitet og innhold, men også originalitet er viktige faktorer. En bedrift eller organisasjon manifesterer sin identitet gjennom en **Corporate Identity**. Både den visuelle fremstillingen av bedriften, men også kommunikasjonen av dens filosofi og visjon er grunnleggende elementer i en Corporate Identity. Det krever innsikt i og forståelse for bedriften og markedet. Det er mange ulike grunner for å utvikle en Corporate Identity. Wally Olins, britisk designer og “brand-guru” har pekt på:

Companies face challenges to their identity from all sides. These are the principal reasons why identity is becoming an increasingly important topic in company boardrooms:

- *Companies are increasingly merging, especially across national boundaries. Leaders have to consider how to create a new corporation out of two old and*

frequently competing organisations with different and sometimes incompatible cultures, eg Daimler Chrysler.

- *Products and services are becoming increasingly similar; which means that consumers make purchases on emotional rather than rational grounds. For example, most customers would be hard-pressed to identify any real difference between the fuels marketed by Shell, BP, Texaco or Repsol.*
- *Organisations are forced through changing technologies, deregulation or globalisation to change the nature of their business and therefore sometimes their identity has to demonstrate this eg. BT.*

*Every organisation carries out thousands of transactions every day: it buys, it sells, it hires and fires, it makes, it paints, it cleans, it promotes, it informs through advertising, the web and other media– and so on. In all these transactions, the organisation will in some way be presenting itself – or part of itself – to the various groups of people with whom it deals. The totality of the way the organisation presents itself can be called its **identity**. What different audiences perceive is often called its **image**. Because the range of activities is so vast and the manifestations of identity are so diverse, the corporation's identity needs to be actively and explicitly managed. Identity management like financial management or information systems management, is a corporate resource which embraces every part of the organisation. The fundamental idea behind an identity programme is that in everything the organisation does, everything it owns, and everything it produces it should project a clear idea of what it is and what its aims are. (Wally Olins: Viewpoints. Corporate Identity - the ultimate resource Business, 2002. Article)*

Som disse tre ulike sitatene viser blir Strategic Design ofte brukt som en overordnet betegnelse for en stor og omfattende prosess, som kartlegger ståstedet til bedriften eller organisasjonen, dens posisjon i markedet, dens utfordringer i forhold til konkurrenter eller til markedet generellt. En Corporate Identity kan være et resultat av Strategisk Design, den manifesterer seg gjennom en helhetlig bedriftskultur og dens visualisering. Strategisk Design skal hjelpe bedrifter og organisasjoner til å finne og gjennomføre sin visjon i en tidlig fase (enten ved nystart eller i omstrukturering) - både på en operativ og kommunikativ måte.

B. HISTORIKK MD201 STRATEGIC DESIGN VED HVO

Denne grunnleggende forståelsen av design og Strategic Design har dannet utgangspunkt for etableringen av emnet Strategic Design i Volda. Emnet ble opprettet i 2003 ved avdeling for mediefag, og tanken var at emnet skulle være attraktivt for flere utdanninger ved høyskolen - t.d. MID, PR & kommunikasjon og deler av journalistutdanningen. Emnet er valgfritt og gir 15 ECTS credits på 200-nivå. Det er mange innreisende Erasmus-studenter med ulike utdanningsbakgrunner fra diverse europeiske samarbeidsskoler som også har valgt dette

emnet. Undervisningen foregår utelukkende på engelsk (tilbakemeldinger, forelesninger og eksamensavviklingen samt presentasjoner og innleveringer).

Utdrag fra emneplanen:

Strategic Design is about using design, visual arts, arts, humanistic and cultural thinking, psychology etc. to support achievement of strategic business goals (e.g. increase income, raise awareness, create sympathy etc.). The students will know about different analytic models for branding and visual / strategic planning. They will know about different relevant theories connected to this field, and about presentation techniques and how to implement visualisation in an overall strategy. The students are to acquire extended skills in strategic planning. This includes aspects of sender-, target group- and message perspectives. The understanding of strategic planning models and its implementation in an overall strategy and its visual presentation are core elements in strategic design and will help the students to develop versatile knowledge for different target groups and customers. By way of an analytical pilot project, the students themselves draw up the framework for their practical strategic work. Emphasis will be placed on a detailed presentation of these terms of reference, so that the subsequent process is firmly anchored on this basis. The final product is a strategy plan for an event or a brand that is to be presented to the rest of the class. The strategy plan is supposed to communicate efficiently, so it is important to put the message across in a realistic, but creative manner.

Hovedmålet har vært å gi en grundig innføring i Strategic Design arbeid, slik som mange byråer og bedrifter praktiserer. Det velges årlige aktuelle temaer som er av interesse for både de norske og de utenlandske studentene.

Disse temaer har vært brukt siden 2003:

- **Turiststaden Volda** (utvikling av totalkonsept for turist- og reiselivet på Vestlandet). 2003
- **Hijab in Norwegian Schools** (Create an attitude on Headdress in Norwegian schools expressing religious belief). 2004
- **Battle against climate change** (Create awareness for reducing global warming by greenhouse gas emissions). 2004
- **Regions of Food and Music** (Distribute the finest of turkish and norwegian food and/or music culture). 2005
- **Brønne brus** (Soda for the world - Brønne goes international). 2005
- **Premium Brand Norway** (Develop Norway as a destination into a "premium" brand). 2006
- **Stevia** (Establish Stevia™ for an alternative sweetener in the consumer food market). 2007
- **THINK again** (develop a program introducing THINK City to the european market). 2008
- **Creative Commons** (Increase public knowledge about Creative Commons). 2009
- **GIFT football** (Increase knowledge about GIFT football, evoke engagement). 2010
- **Visit Norway** (develop a concept for attracting young european people to visit Norway).2011

Studentene introduseres til emnet gjennom et omfattende pensum. Undervisningen er basert på ukentlige forelesninger og kontinuerlig gruppearbeid i kombinasjon med regelmessig

veiledning. Emnet har vært tilbudt i samarbeid med kollegaer fra HVO og foreslesere / konsulenter med bakgrunn fra diverse renomerte design firmaer i Oslo (Making Waves, Screenplay, Scandinavian Design Group).

C. UTVIKLING MD201 STRATEGIC DESIGN

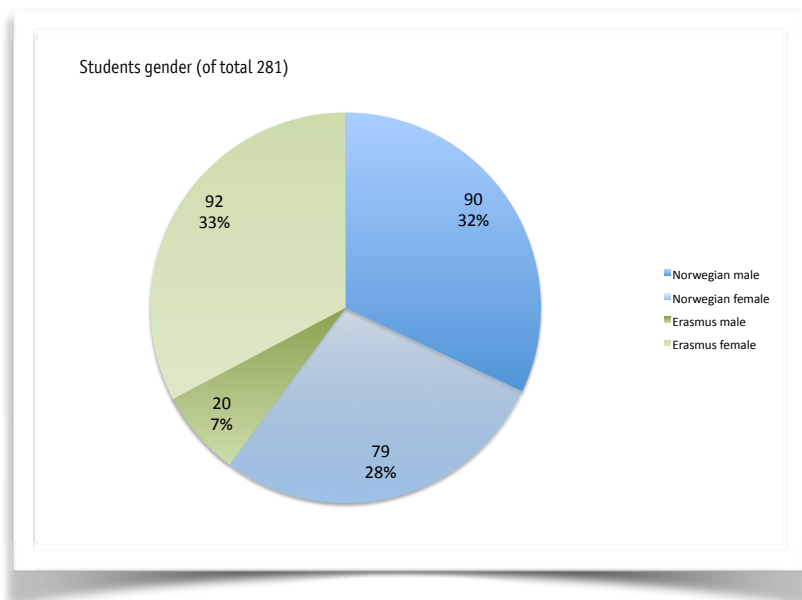
Da emnet ble tilbudt første gang i 2003, var det 11 påmeldte studenter. I tråd med utviklingen av internasjonalisering ved universiteter og høyskuler i Europa og Norge, var emnet i 2003 ett av de første engelskspråklige tilbud for innreisende Erasmusstudenter ved HVO. I 2003 var det 1 internasjonal student av totalt 11 studenter i dette emnet. I 2011 var 21 av 52 studenter internasjonale utvekslingsstudenter fra forskjellige europeiske land. I årene 2004 og 2005 ble MD201 tilbudt både vår og høst. Emnet har fått mange flere studenter - både norske og internasjonale siden oppstarten i 2003. Fra 2012 ble det innført et tak på ca. 40 studenter. De må skrive et motivasjonsbrev for å kunne bli vurdert for opptak. Vi har hatt perioder, hvor tyrkiske studenter var over-representerte i forhold til andre Erasmus studenter. Vi har hatt en liknende tendens med mange øst-europeiske studenter i starten av emnet, mens rekrutteringen har blitt mere jevnt fordelt de senere årene. Dette skyldes den generelle politikken for internasjonalisering ved HVO. De fleste studentene har media-relatert bakgrunn - "PR og kommunikasjon" og "journalistikk" og "media produksjon" er den vanligste utdanningsbakgrunn for studentene. Det har også vært studenter fra animasjon, kommunal planlegging, engelsk språk og andre, ikke-media-relaterte utdanninger - både fra HVO og andre europeiske høyskoler.

De siste årene er kravene i emnet en gruppe-presentasjon på slutten av semesteret som inneholder prosessbeskrivelse, valgt strategi og konsept samt visuelle løsningsforslag. Deretter skal det lages en individuell skriftlig rapport som får en karakter. En individuell muntlig eksamen (som kan justere den skriftlige karakteren) og en emne-evaluering utført av studentene avslutter prosjektet. De første årene opererte vi med gruppens sluttpresentasjon og en påfølgende skriftlig rapport. Vi vektet begge delene likt. Mange av studentene følte at innsatsen knyttet til gruppearbeidet ikke var målbart og i verste fall kunne føre til at noen arbeidet mer enn andre, men uten at det ga noe individuell utslag for den enkelte. Årlige emne-evalueringer utført av studentene førte til at eksamensformen ble forandret. Dette har blitt opplevd som mer rettferdig av studentene. Emnet har funnet en god form med høye arbeids- og motivasjonskrav.

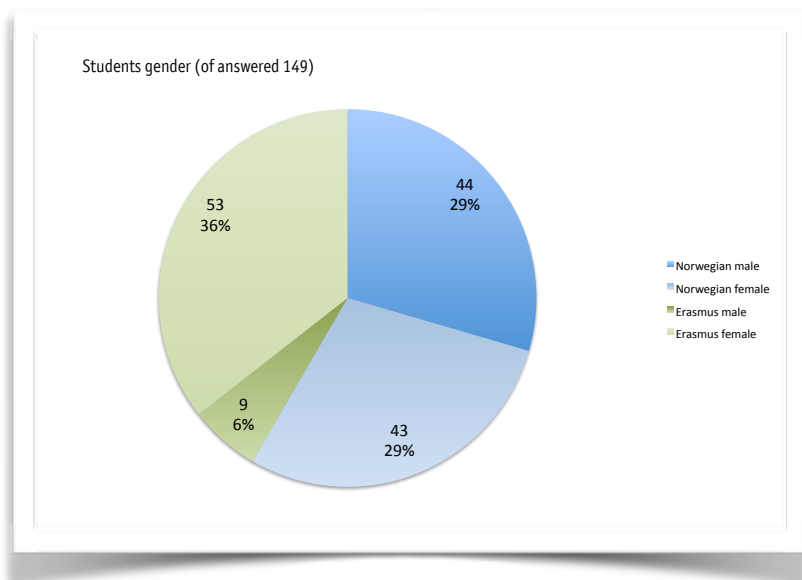
5. SPØRREUNDERSØKELSE

A. VALIDITET

Denne delen av spørreundersøkelsen er en frekvensoversikt over svarfordelingen i forhold til antall studenter, kjønn, nasjonalitet og tid.



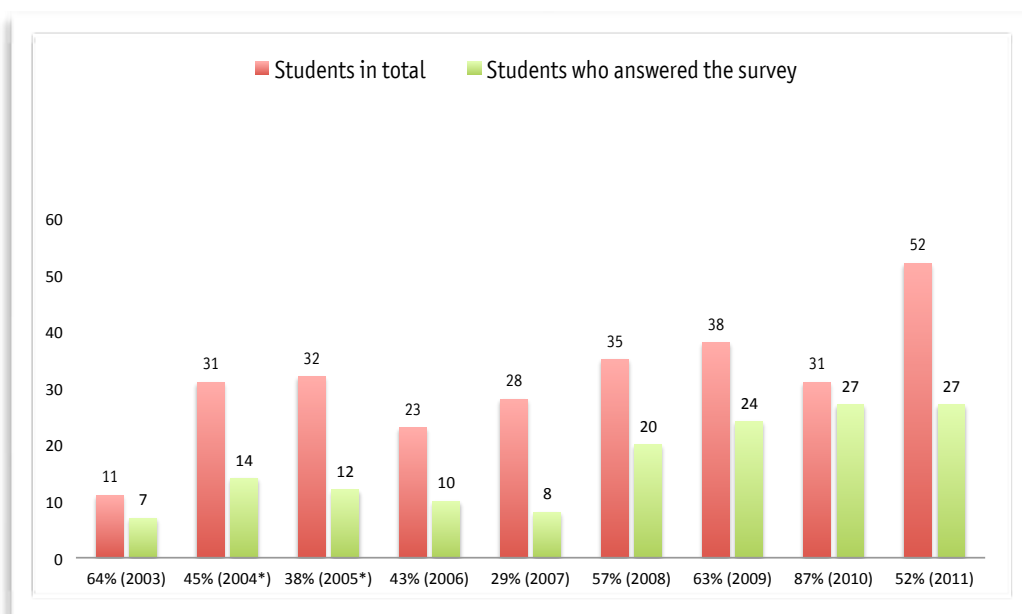
Figur 01a (n=281): Kjønnfordeling blant alle studenter som har tatt emnet Strategic Design



Figur 01b (n=149): Kjønnfordeling blant kandidatene som har svart på spørreundersøkelsen.

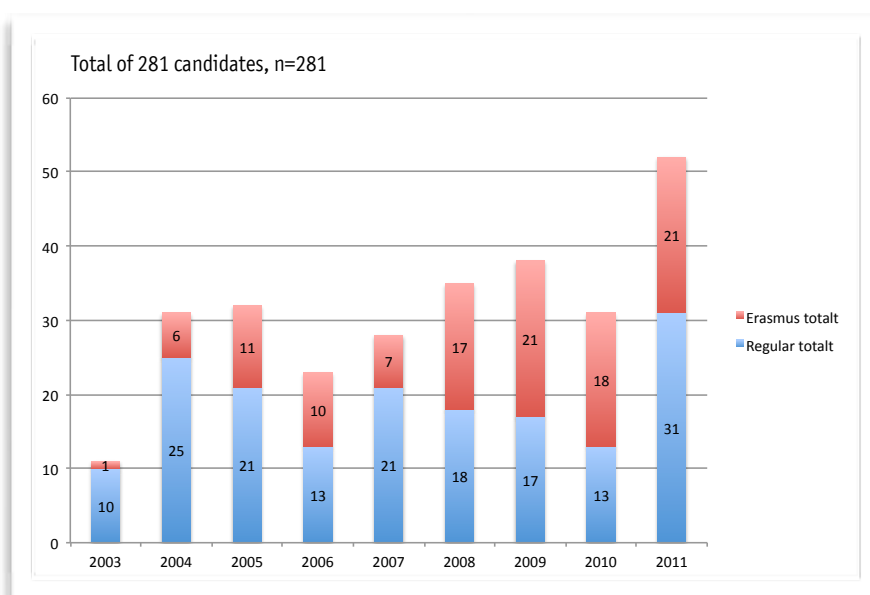
Den største andelen av studenter (blant alle 281 Strategic Design studentene, figur 01a) i perioden 2003-2011 var utenlandske jenter (33%), deretter norske gutter (32%), norske jenter (28%) og kun 7% utenlandske gutter. Svarfordelingen (av de 149 svarene, figur 01b) er

ganske representativ i forhold til summen av alle studenter - det er kun få prosent-avvik. Figuren viser også vektingen mellom norske og utenlandske studenter (ca. 60% norsk, resten utenlandsk).

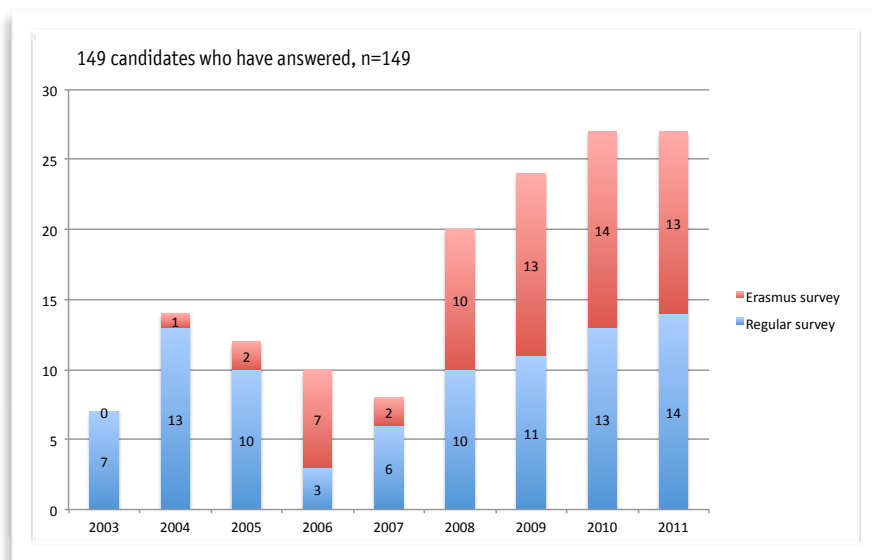


Figur 02: Svarprosent per år (n=149)

Figur 02 viser tall basert på år. Emnet ble tilbud 2 ganger i 2004 og 2005 (* tallene for begge emnene i dette året er slått sammen her), og siden studentene ble spurt i spørreundersøkelsen, i hvilket år de tok emnet, var det ikke mulig å sortere tallene i forhold til antall emner, men kun i forhold til årstall. Av 281 studenter har 149 svart på spørreundersøkelsen, og fordelingen av svareprosenten gjennom årene er i følge tabellen varierende.



Figur 03a: Fordeling Norske studenter / Erasmus studenter per år



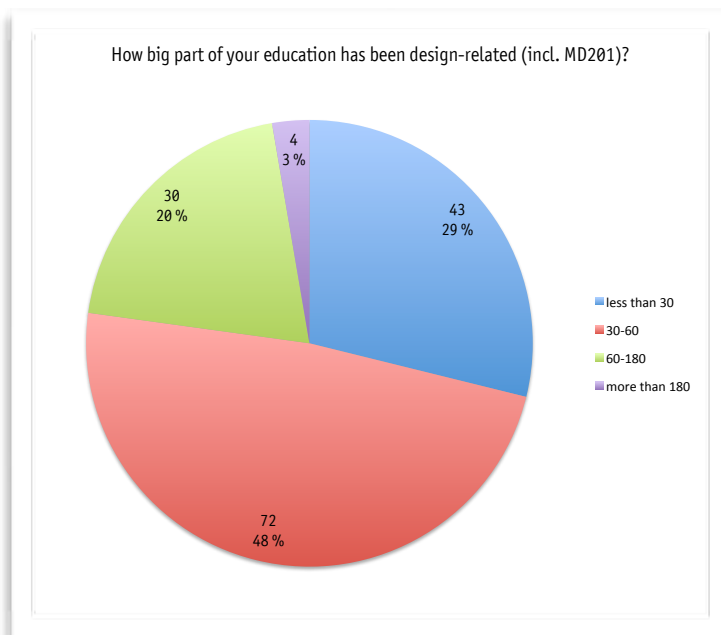
Figur 03b: Svarprosent Norske studenter / Erasmus studenter per år

Figur 03a viser fordelingen mellom alle norske og utenlandske studenter (281) i perioden 2003 til 2011. Tabellen viser også utviklingen av kull-størrelsen i emnet fra 2003 til 2011. Tallene for 2004 og 2005 er høye, fordi det er inberegnet 2 emner i disse årene. Ingen av (de 4) emnene i den perioden har et større studentantall enn 23. Figur 03b viser fordelingen av kun de studenter som har besvart spørreundersøkelsen (149). På svarfordelingen mellom Erasmus studenter og norske studenter ser man at svarprosenten fordelt på årene varierer. Men det er en tydelig tendens at størrelsen på kullene har vokst gjennom årene, og at også andelen av studentene som har svart på spørreundersøkelsen har økt.

Med unntak av 2009 og 2010 har det vært flere norske enn Erasmus studenter. Det er generelt en sterk økning i antall Erasmus studenter fra 2003 til 2011. Andelen av Erasmus studenter som har besvart spørreundersøkelsen har også økt gjennom årene. Den økende andelen av Erasmus studenter er i samsvar med utviklingen av inntak av Erasmus studenter generelt ved HVO.

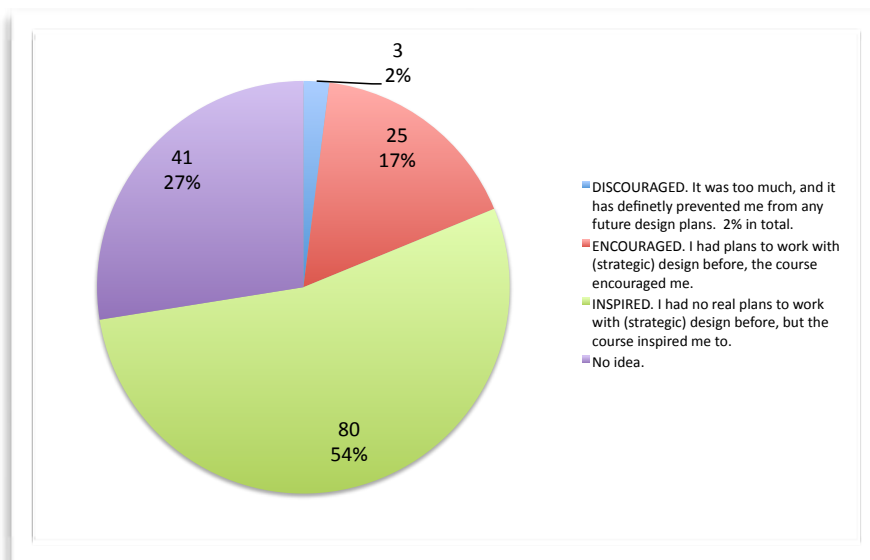
B. UTDANNING

For å finne ut, om kandidatenes yrkesvalg og -aktivitet er relatert til utdanningen og særlig den design relaterte utdanningen, har jeg stillt spørsmål som skal hjelpe å kartlegge design andelen av utdanningen. Både omfanget av design relatert utdanning i forhold til studievalg og relevansen av design fag for videre yrkesvalg har stått sentralt i disse spørsmålene.



Figur 04: Hvor stor del av din utdanning har vært design relatert - målt i ECTS credits (n=149)?

På spørsmålet om hvor stor del av utdanning var / er design relatert (figur 04), svarer omtrent halvparten av kandidatene (48%) at designfaglige tilbud utgjør 30-60 Ects credits av studieløpet. 23% oppgir at design andelen er større enn 60 Ects credits, mens 29% sier at design relaterte fag utgjør mindre enn 30 Ects credits. Svaret er gitt av kandidater som enten har fullført utdanningen, eller fortsatt er i utdanning.

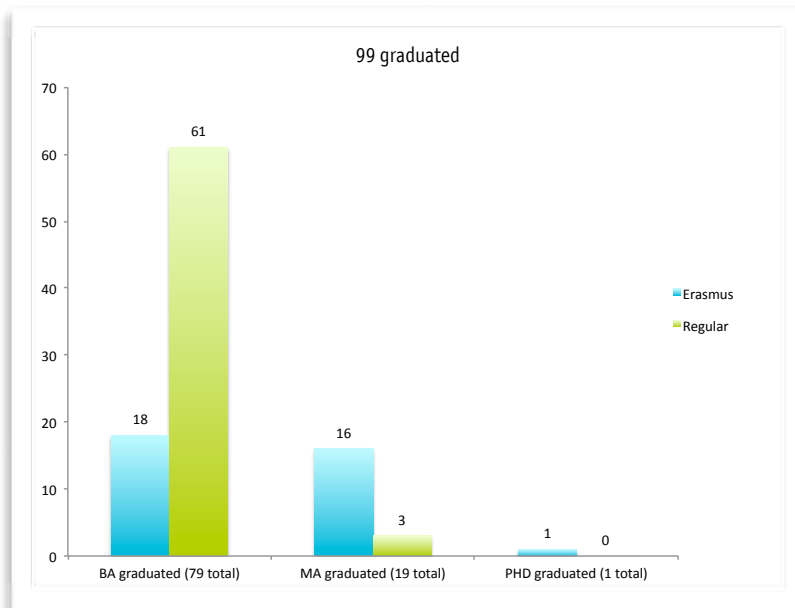


Figur 05: Påvirkning av Strategic Design for videre yrkesvalg (alle studenter, i prosent) (n=149)

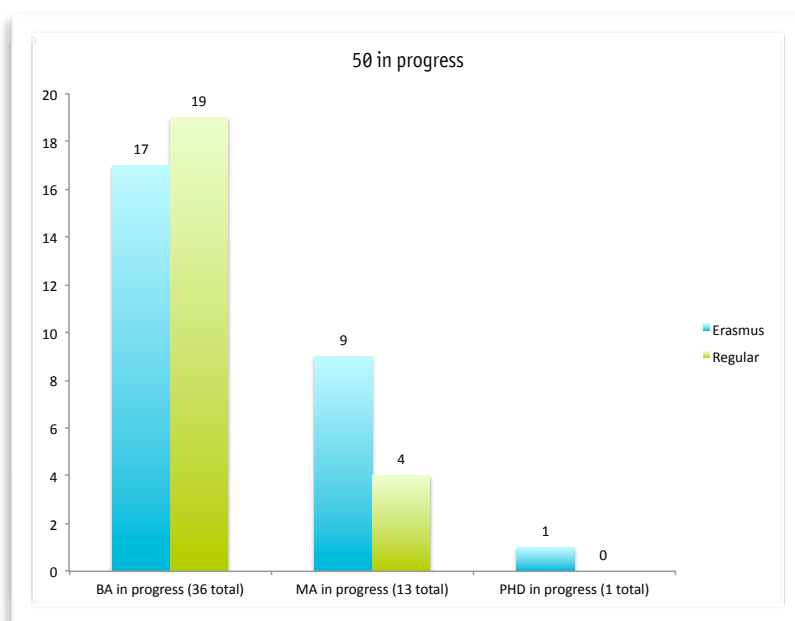
Jeg har spurt om emnet MD201 Strategic Design har hatt noe innflytelse på kandidatenes yrkesvalg (figur 05). Svaralternativer var “discouraged”, “encouraged”, “inspired” og “no idea”.

54% svarer å ha blitt inspirert gjennom emnet til å velge et design yrke. Kandidatene har i utgangspunkt ikke hatt konkrete planer om å jobbe med design. 17% har blitt bekreftet i sitt valg om å jobbe i et design relatert yrke - de har allerede hatt planer om det før de tok emnet. Kun 2% (3 personer) har svart at emnet var for krevende og har ført til at et design realtert yrkesvalg ikke ble noe valg. 27% hadde ikke noe formening om det.

Disse forholdsvis høye svarprosentene for “encouraged” og “inspired” kan dermed oppfattes som en bekreftelse på at emnet fungerer bra og motiverer studenter i henhold til fremtidige design yrker.

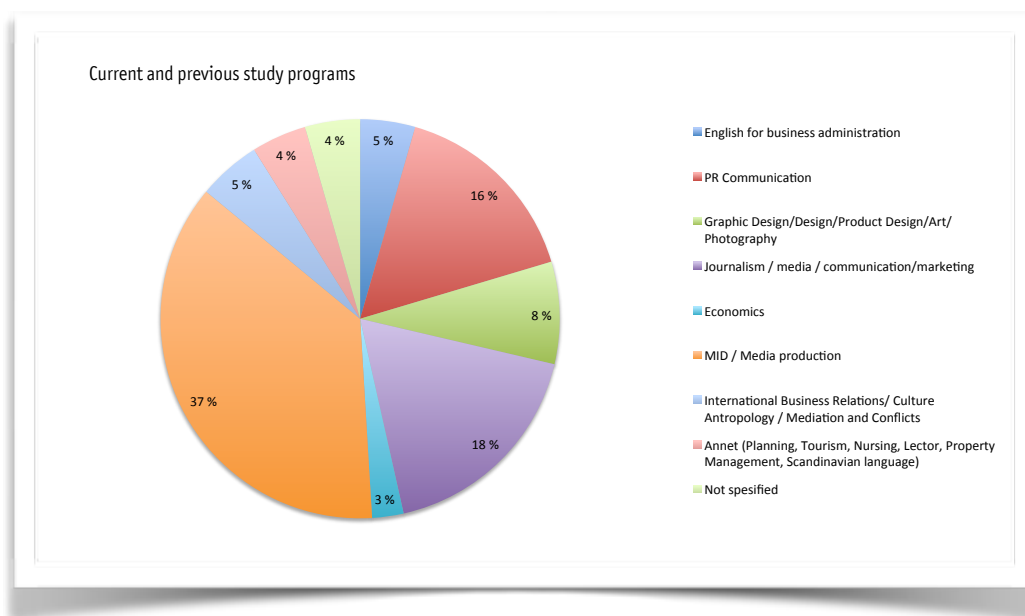


Figur 06a: Fullført utdanning (n=149)



Figur 06b: Under utdanning (n=149)

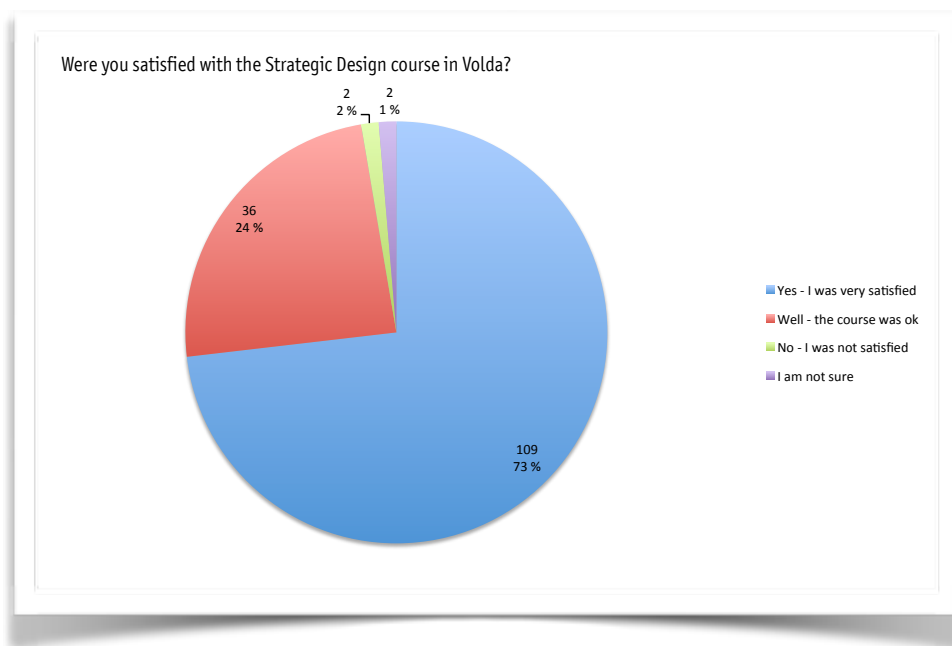
Som neste steg i undersøkelsen ønsket jeg å finne ut om kandidatene fortsatt var i utdanning, og hvilket utdanningsprogram de fulgte. Det viste seg at to tredjedeler av de som svarte på undersøkelsen har avsluttet et utdanningsprogram (BA, MA eller PHD) - se figur 06a. En tredjedel var fortsatt i utdanning (figur 06b). De fleste kandidater (115 tilsammen) var eller fortsatt er knyttet til et BA program, etterfulgt av kandidater i et MA program (32 tilsammen). 2 kandidater var eller er i et PHD program. Figurene gir også innsikt i fordelingen av utdanningsprogram blant norske og utenlandske kandidater: De viser at det er flest utenlandske studenter som ta en MA grad (25 av 32), og at det er kun utenlandske PHD kandidater (2). De norske kandidater avslutter stortsett med en BA og har derfor et lavere utdanningsnivå enn de utenlandske kandidatene. Mest sannsynlig kan dette tyde på at det er lettere å komme i arbeid i Norge med en BA enn i utlandet - der må studentene på MA nivå, for å finne arbeid i markedet.



Figur 07: Nåværende og tidligere studieprogram (n=164)

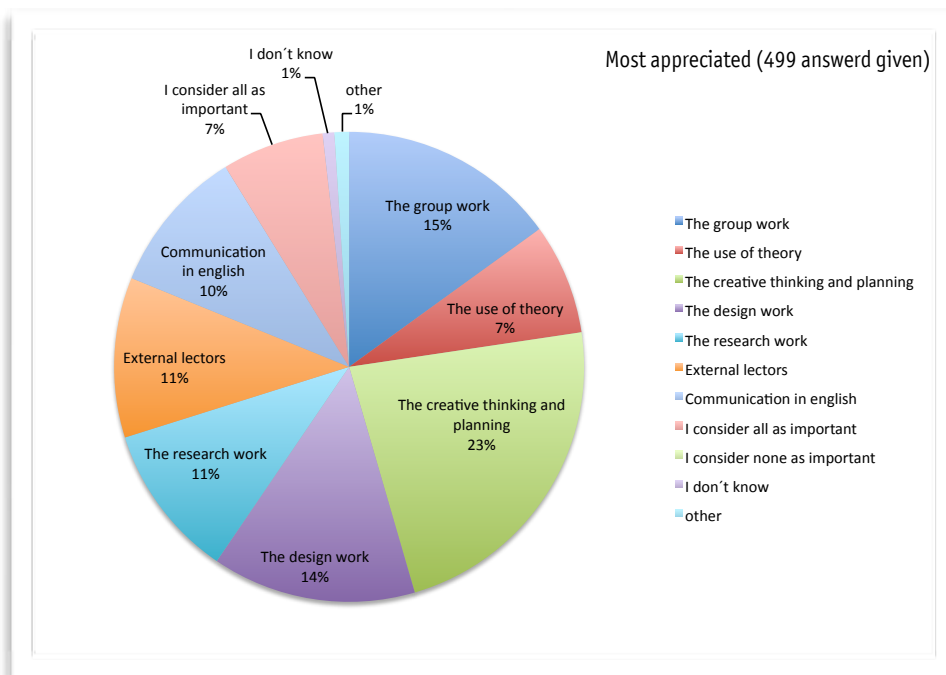
For å få detaljert innsikt i hvilke studieretning kandidatene har valgt, har jeg i undersøkelsen spurt kandidatene om hvilke studieprogram de er/var knyttet til mens de tok emnet Strategic Design. I figur 07 har jeg delt inn og gruppert resultatene av alle svarene. Her er det påfallende at 37% har svart at de har studert et medieproduksjons-faglig studieprogram - altså litt over en tredjedel. Hvis en inkluderer PR kommunikasjon (16%), Grafisk Design (8%) og Journalistikk/Media/Marketing (18%), er omtrent hele 79% av kandidatene knyttet til en utdanning som er relatert til mediefag, kommunikasjon og design. Utdanningene i Norge og i utlandet er ikke direkte samlignbare - det er ofte forskjellige vektninger og kombinasjoner av fag innenfor en studieretning som kjennetegner et utdanningsløp. PR og kommunikasjon kombineres ofte med marketing eller journalistikk eller visuell kommunikasjon. Medieproduksjon kan fokusere på film eller internet basert kommunikasjon. Designfagene har ofte en relasjon til marketing eller til medieproduksjon. Medievitenskap er

et teorifag som også i større eller mindre grad berører flere mediarelaterte utdanninger. Strategisk Design er som tidligere pekt på et redskap som brukes i flere fagfelt og yrker. Oppbyggingen av emnet ved HVO tar hensyn til det og prøver å imøtekomme kravene til varierte yrkesretninger. Alle som utdanner seg innenfor media og kommunikasjon skal kunne ha utbytte av tilbudet. Vi legger vekt på gruppearbeid, der studenter med forskjellige utdanningsmål kan komme sammen og mestre utfordringer knyttet til deres egen utdanningsløp.



Figur 08: Var du fornøyd med Strategic Design i Volda (n=149)?

Et spørsmål jeg har stillt kandidatene var derfor om de var fornøyd med emnet Strategisk Design. Figur 08 viser, at hele 73% av kandidatene oppga at de var fornøyd med emnet, og 24% oppga at emnet var ok. Kun 2% (2 kandidater) var ikke fornøyd, og 1% hadde ingen formening om emnet. Tallene er derfor et klart bevis på at emnet har en god berettigelse og at det svarte til kandidatenes forventninger.



Figur 09: Hvilken deler av emnet var mest interessant (n=499)?

Siden emnet er komplekst og bygget på en del varierte elementer, har jeg spurt kandidatene om hva de fant særlig interessant og relevant med emnet (figur 09). Kandidatene kunne gi flere svar. Det som fikk flest svar (23%) var “creative thinking and planning”. 15% av kandidatene mente at gruppearbeid var mest interessant og relevant, og 14% oppga at design arbeidet var det mest spennende ved emnet. 7% svarte at alt var viktig og relevant, 11% sa at bruk av eksterne forelesere var veldig relevant og viktig, 11% sa at “research work” var svært viktig, og 10% mente at “communication in english” var viktig. Å jobbe med teori i faget var det 7% som mente var særlig viktig. Også disse tallene viser at det er god aksept for strukturen i emnet.

Strategic Design ble etablert med følgende krav / læringsmål:

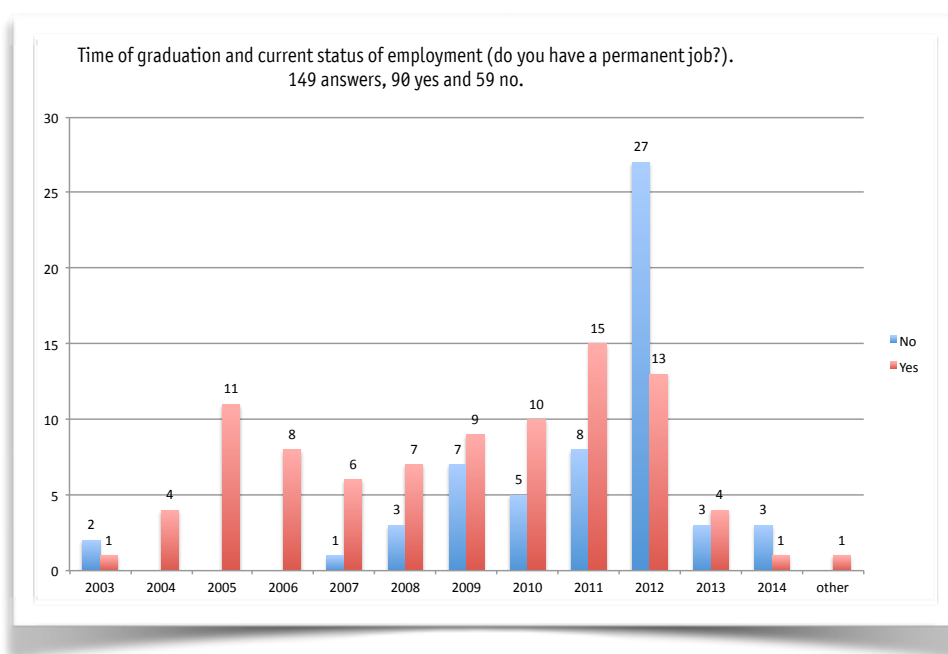
1. Emnet skulle være på 200-nivå og derfor basert på tilstrekkelig teori.
2. Norske og internasjonale studenter skulle jobbe sammen (i grupper) - engelsk som kommunikasjonsspråk skulle være forutsetning.
3. Studenter med forskjellig utdanningsbakgrunn skulle jobbe sammen i prosjektgrupper
4. Temavalget skulle være interessant og aktuelt for både internasjonale og norske studenter
5. Eksterne forelesere skulle brukes i tillegg til interne veiledere

Disse kravene er viktige for både å motivere studentene og for å konstruere en så realistisk som mulig arbeidssituasjon (med gruppearbeid, delt ansvar og relevant teori). Svarene i figur 09 viser, at mange av læringsmålene har blitt positiv mottatt, og at alle ingredienser utgjør et komplett og variert emnetilbud.

C. JOBB

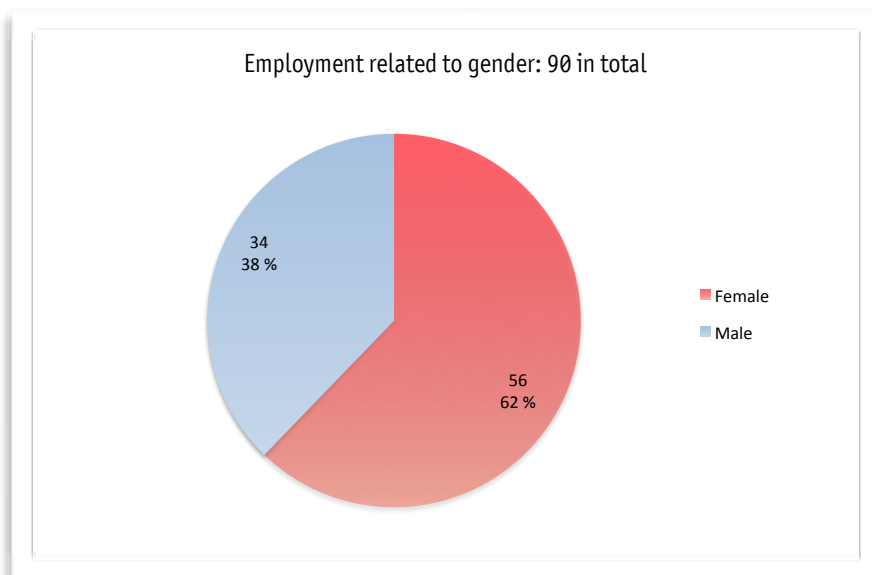
Et viktig mål med undersøkelsen (se problem- og delproblemstilling, side 8) var å finne ut, om studentene har skaffet seg en jobb, og om jobben er relatert til det design-faglige i utdanningen. Hvor relevant var MD201 for studentene m.h.t. jobb-valget, og hvilken stilling innehar den enkelte?

Av de 149 kandidater som har svart på spørreundersøkelsen, svarte 90 at de hadde permanent job - altså 60%. De resterende 59 kandidater (40%) svarte at de ikke hadde permanent jobb. Noen kandidater har kommentert at spørsmålet om fast jobb ikke var helt umisforståelig, siden det ikke ble tydelig, om det mentes fast ansettelse eller fulltidsjobb. Resultatene må derfor leses med forbehold.



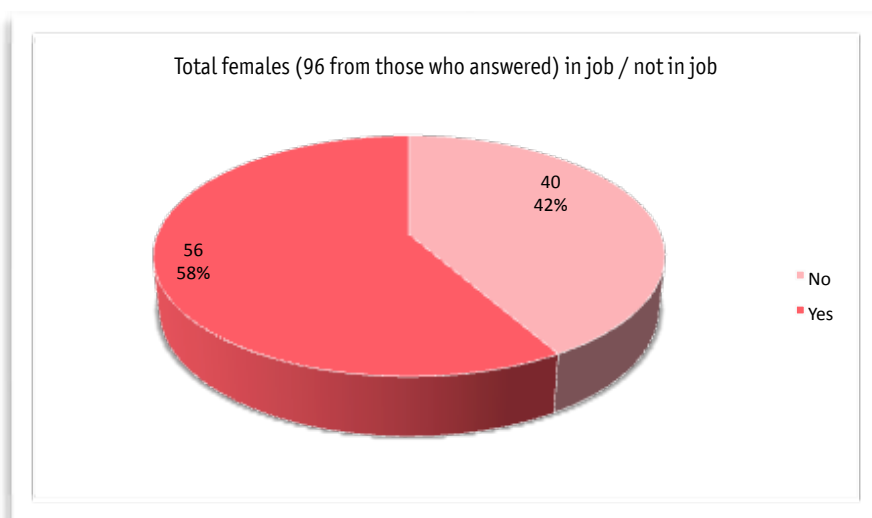
Figur 10: Eksamenstidspunkt og aktuell arbeidsstatus (do you have a permanent job?). (n=149)

Gitt at emnet MD201 tas flest av studenter som er i tredje eller femte semester (emnet går på høsten), så er det på tidspunktet for gjennomføringen av spørreundersøkelsen (mai 2012) flere studenter som fortsatt er under utdanningen. Figur 10 viser studentene som idag er i fast jobb, og når de har avsluttet sin utdanning. Det er påfallende mange “ikke i jobb” svar på tidspunktet der spørreundersøkelsen ble sendt ut. Det tyder på at mange av de som har besvart undersøkelsen hadde planer om å avslutte utdanningen i 2012. Få av de som planla avslutningen på utdanningen etter 2012 var allerede i full jobb, noe som kan tyde på at de evt. kombinerer jobb og utdanning (det kan også være på MA eller PHD nivå). De fleste (av de som har svart) som har avsluttet sin utdanning i perioden 2004 til 2008 har fått fast jobb.

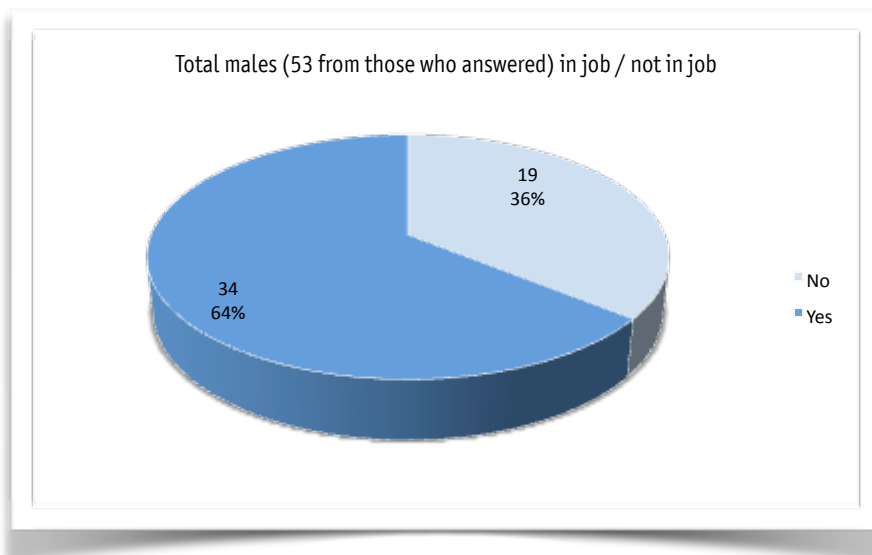


Figur 11: Kjønnfordeling av de 90 kandidatene som sa at de har en permanent jobb (n=90)

Fremstillingen av kandidater uten jobb (figur 11) blir dermed noe feil, siden det ikke sier noe om hvor mange som fortsatt er under utdanning. Av de 90 kandidater som har svart å være i fast arbeid, var det flest jenter som hadde permanent jobb (figur 11: 62% jenter mot 38% gutter i jobb).



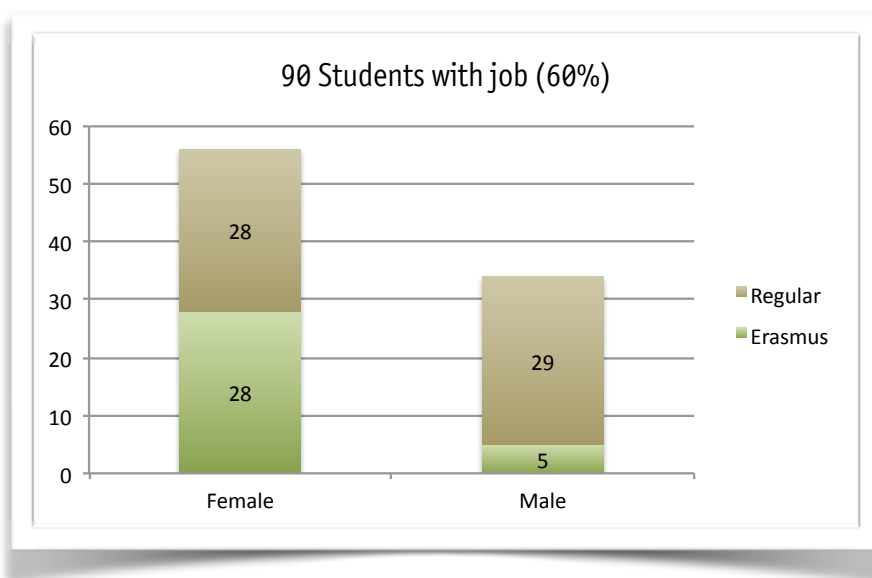
Figur 12a (n=96): Kjønnfordeling jenter i jobb (56) / ikke i jobb (40)



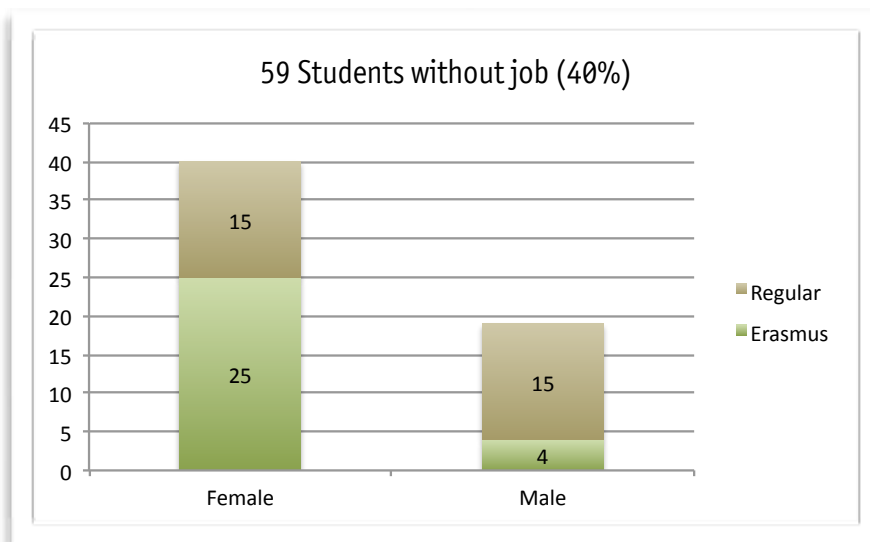
Figur 12b (n=53): Kjønnfordeling gutter i jobb (34) / ikke i jobb (19)

Figur 12a viser 56 jenter i jobb, mot 40 jenter uten jobb av de totalt 96 jenter som svarte på undersøkelsen. 58% av alle jenter (som har svart på undersøkelsen) hadde permanent jobb, og målt mot totalen (både jenter og gutter i jobb), utgjør andelen med jenter i fast jobb 62% (se figur 11).

Hos guttene (figur 12b) var 34 av de totalt 53 gutter i fast jobb (av de som har svart på undersøkelsen), og målt mot totalen, utgjør andelen med gutter i fast jobb 38% (se figur 11).



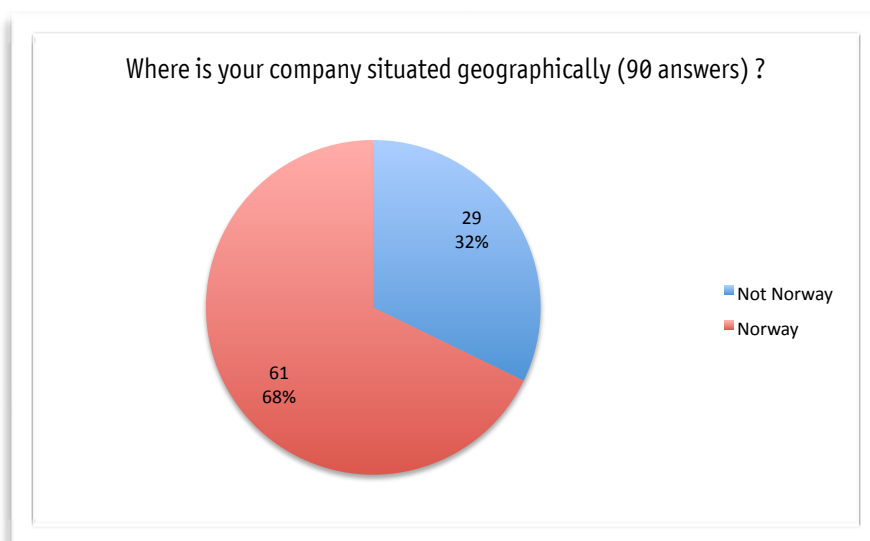
Figur 13a (n=90): Nasjonalitet og kjønn - fordeling "i fast arbeid"



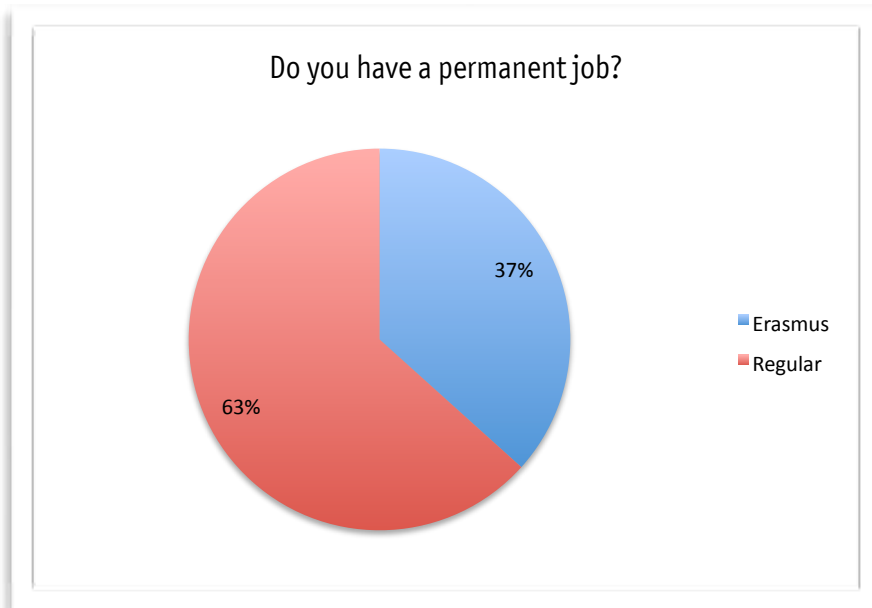
Figur 13b (n=59): Nasjonalitet og kjønn - fordeling "ikke i fast arbeid"

Det var like mange norske som utenlandske jenter som hadde jobb (figur 13a: 28 kandidater, eller 50%). Derimot var kun 5 av de utenlandske guttene i jobb, mens 29 av de norske gutter var i jobb. Prosentandelen for norske gutter i fast jobb er med 85% i motsetning til resterende 15% for utenlandske gutter markant høyere. Når en se på forholdet mellom norske kandidater i arbeid / ikke i arbeid og utenlandske kandidater i arbeid / ikke i arbeid (figur 13 a og 13b), kan en konkludere med at det er omtrent dobbelt så mange norske kandidater (gutter og jenter) som er i fast jobb enn som ikke har fast jobb, mens det er kun halvparten av de utenlandske kandidater (gutter og jenter) som er i fast arbeid enn som ikke har fast jobb.

Dette kan tyde på at det er lettere å komme seg i et fast arbeidsforhold hjemme i Norge enn i utlandet (forutsatt at de norske kandidatene har angitt Norge som stedet der arbeidsplassen befinner seg. I de neste avsnittene skal jeg se nærmere på det.

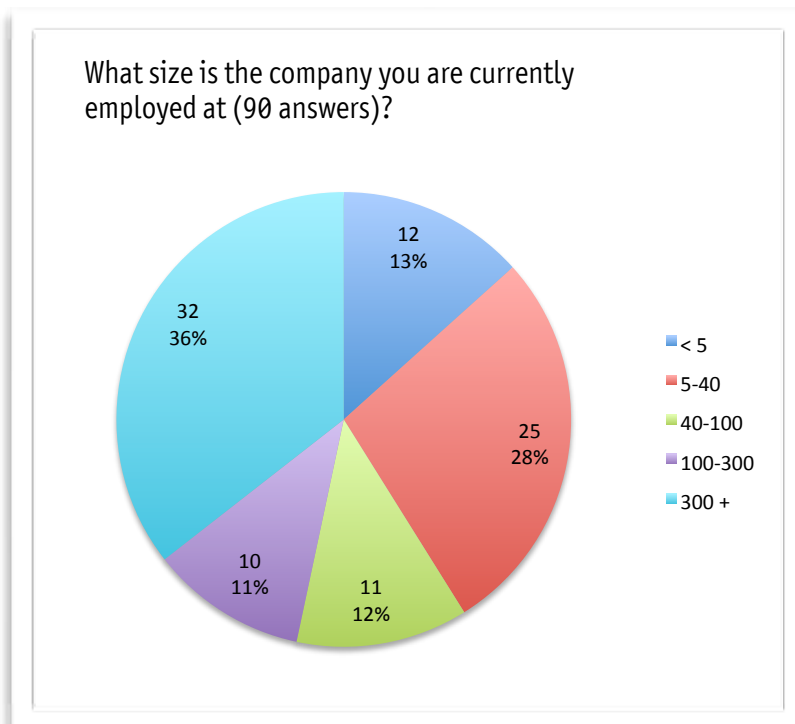


Figur 14a: Geografisk plassering av arbeidsplassen (n=90)?



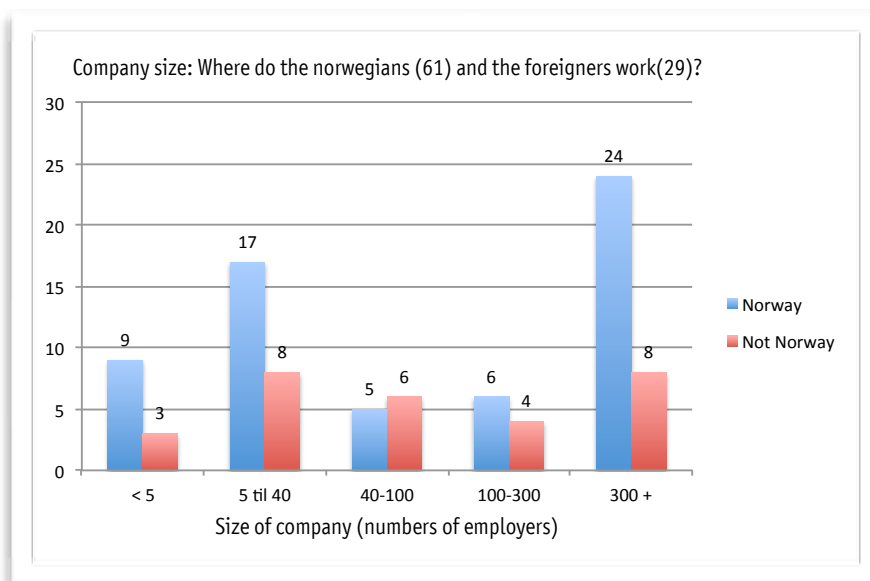
Figur 14b: Kandidater i fast arbeid (n=90)?

68% av kandidatene har sin arbeidsplass i Norge (figur 14a). Ser en på antall kandidater (Norske og Erasmus) i fast jobb (figur 14b), så er fordelingen i forhold til figur 14a nærmest identisk. Dette tyder på at de fleste Norske kandidater i fast arbeid jobber i Norge, og de fleste utenlandske kandidater i fast arbeid jobber i utlandet.



Figur 15: Din bedrifts størrelse (antall ansatte) (n=90)?

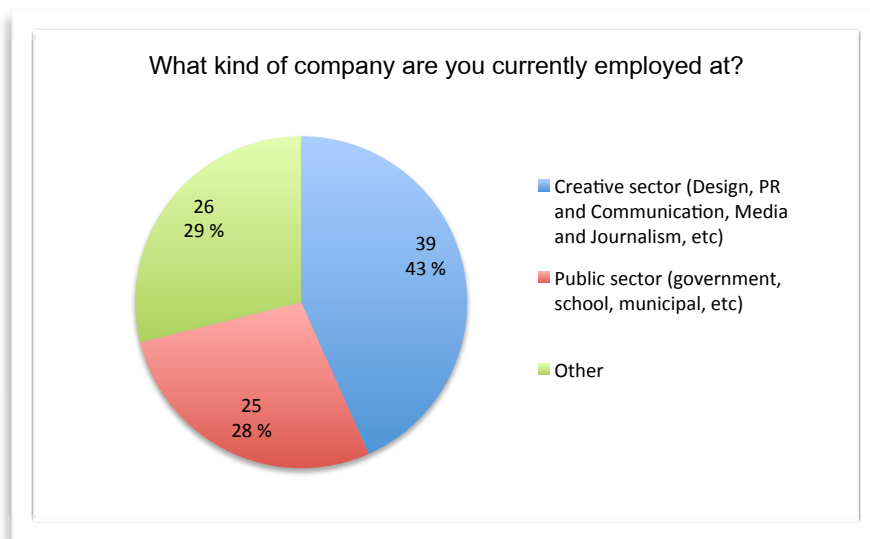
På spørsmålet om bedriftens størrelse svarte 41% at det var under 40 ansatte (figur 15), mens resterende 59% svarte at bedriften hadde flere enn 40 ansatte. Omtrent en tredjedel oppga til å jobbe i en bedrift med mer enn 300 ansatte.



Figur 16: Norske og utenlandske kandidater's fordeling i bedrifter med diverse størrelser (n=90)

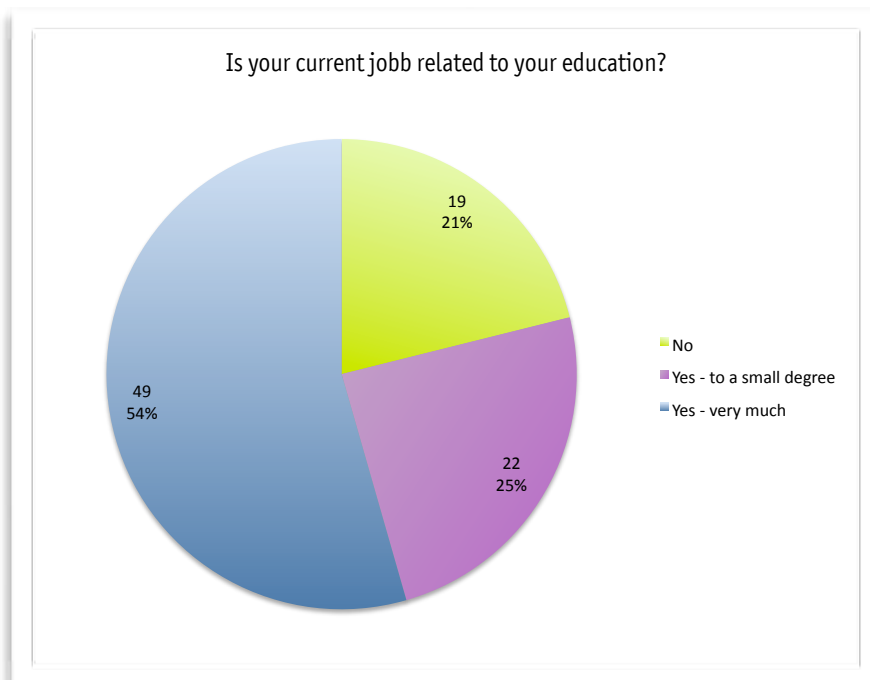
De fleste norske kandidater er å finne i de to største segmentene i kategoriene - a. mer enn 300 ansatte, og b. 5-40 ansatte (figur 16). Bedrifter med flere enn 300 ansatter er ofte offentlige bedrifter eller institusjoner (kommune, skoler, osv) - noe som kan indikere at de norske kandidatene får bedre innpass i slike bedrifter. Jeg skal komme tilbake til arbeidsplass segmentene lenger ned. På arbeidsplasser med mindre enn 5 ansatte (inkludert enmannsforetak) er det også høyere scoring blant de norske kandidatene. Tallene her er imidlertid ikke mange nok til å gi klare konklusjoner. Med tanke på bedriftsstrukturer i Norge kan det tyde på at det er en grei måte å komme i en arbeidssituasjon på gjennom å opprette egne små foretak (personlige firmaer). I kreative yrker som grafisk design eller illustrasjon er dette vanlig i Norge.

Jeg ønsket også å finne ut, om emnet Strategisk Design har bidratt til yrkesvalget og hvor stor andel av design relaterte fag kandidatene har hatt i sitt utdanningsløp, og om design er en vesentlig del i jobben deres.

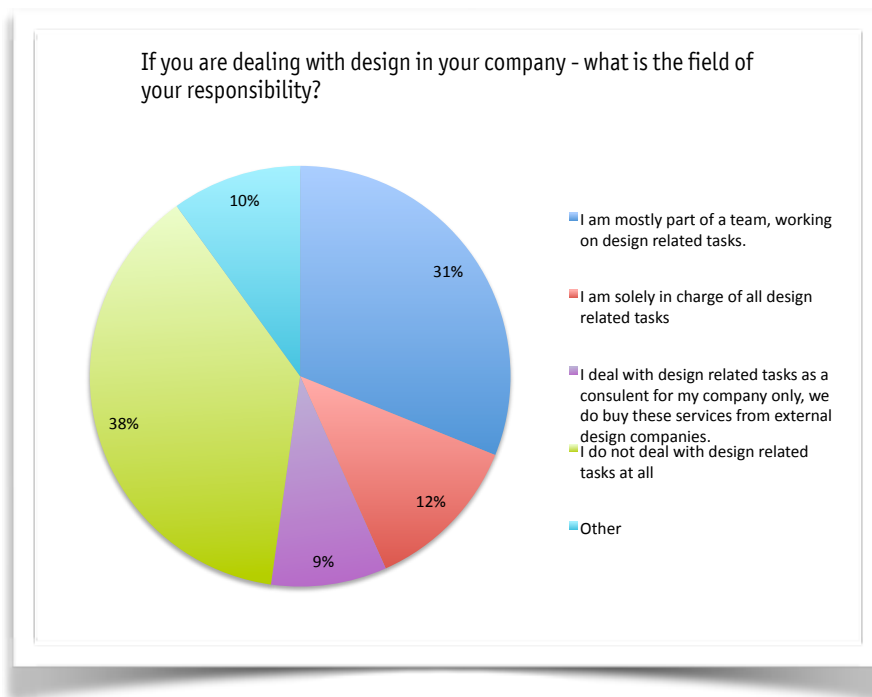


Figur 17: I hvilken type bedrift er du ansatt i (n=90)?

På spørsmålet om hvilken type firma de er ansatt i (av de kandidatene som svarte å være i fast arbeid), svarte 43% av de spurte at de jobber i creative sector, 28% svarte at de jobber i public sector, og 29% svarte at de jobber med noe annet (figur 17). Her går svarene i mange forskjellige retninger. Alt fra privat næring, private små næringer, restaurant, sport klubb, butikkjobber til bilforetning, telemarketing og ski-resort kom opp som svar. Det vesentlige med dette spørsmålet var å få en grov indikasjon på om kandidatene har fått en jobb som kan ses i sammenheng med den design relaterte utdanningen (som bl.a. MD201).

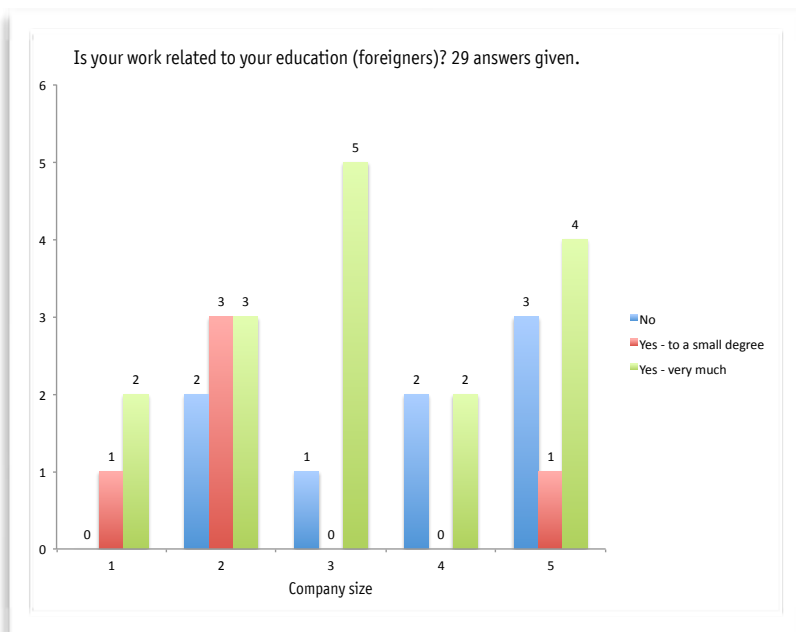


Figur 18a: Er jobben din relatert til din utdanning (n=90)?

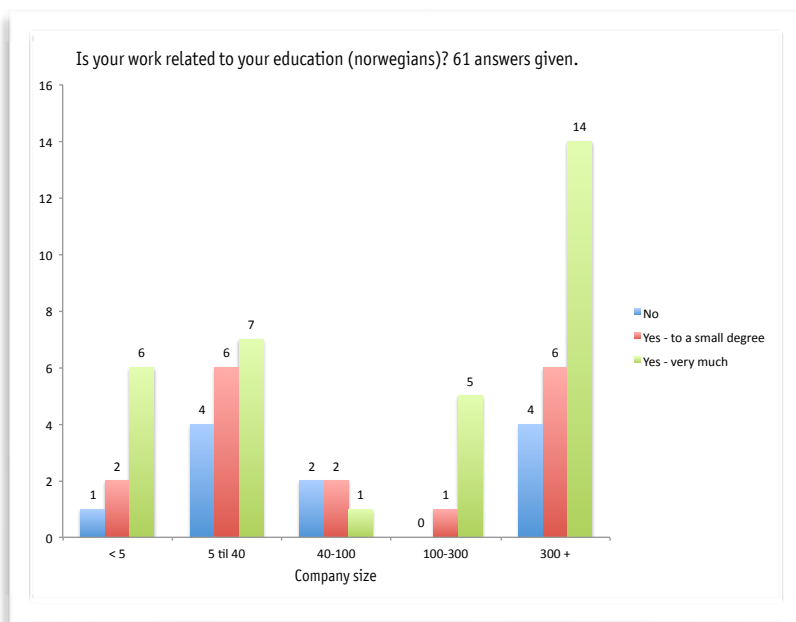


Figur 18b: Ansvarsområde i din job (n=90)?

For å belyse dette spørsmålet nærmere, har kandidatene blitt spurt om arbeidet deres er relatert til utdanning og til design (figur 18a). 54% svarer, at deres jobb er i høy grad relatert til deres utdanning, kun 21% svarer at jobben de utfører ikke er relatert til deres utdanning. Som resultat av spørsmålet om deres ansvarsområdet i jobben eomfatter design (figur 18b), svarer 31% at de jobber i team med design relaterte oppgaver. 12% svarer at de har et særansvar for all design relatert arbeid, mens 9% sier at de arbeider i et firma som kjøper design tjenester og hvor en har et konsulentansvar. Hele 38% svarer, at de ikke ha noe med design å gjøre. 10% har svart: Annet. Totalt har 52% et forhold til design i arbeidet. En kan derfor se en viss relasjon mellom resultatene i de to figurene - litt over halvparten av kandidatene i jobb har altså et arbeid som har med design å gjøre. Man kan konkludere med at undervisningen av Strategic Design kan ha vært relevant for i alle fall over 50% av kandidatene i forhold til deres arbeidssituasjon.



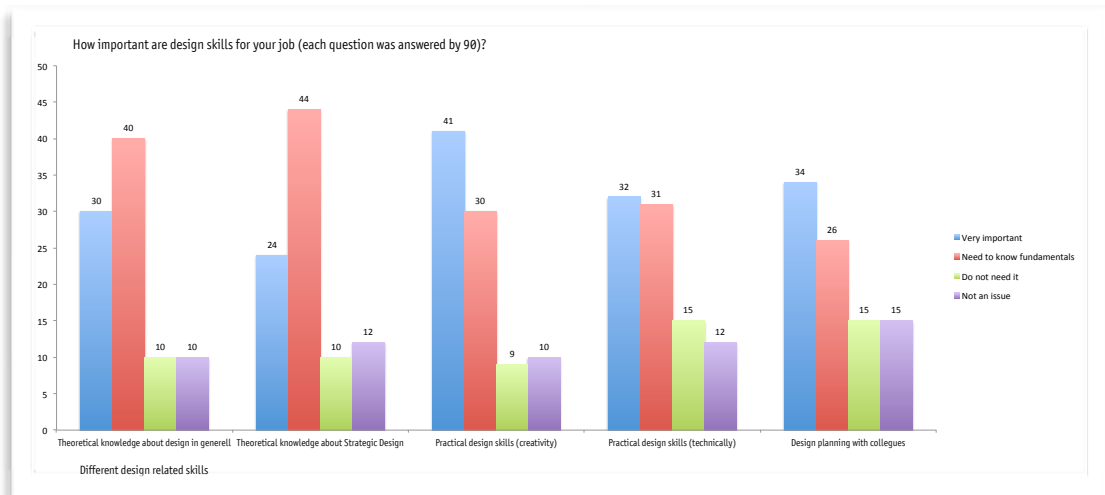
Figur 19a: Er din jobb relatert til din utdanning (utenlandske kandidater)? (n=21)



Figur 19b: Er din jobb relatert til din utdanning (norske kandidater)? (n=61)

I siste delen av denne rapporten skal jeg se på hvor stor del av kandidatenes utdanning har vært relatert til design - og hvorvidt Strategic Design har vært med på kandidatenes yrkesvalg. Når en ser på tallene, skal en huske på at det handler om forholdsvis få svar. 90 kandidater har svart å være i fast arbeid. Når litt over 50% av dem jobber med design, så tilsvarer dette ca. 50 personer. Figur 19a viser, at fleste parten av de norske kandidatene svarer at arbeidet deres er enten veldig mye eller til en bestemt grad relatert til utdanningen. Kun 7 (av 61) kandidater sier at deres arbeid ikke er relatert til deres utdanning. Av de 29

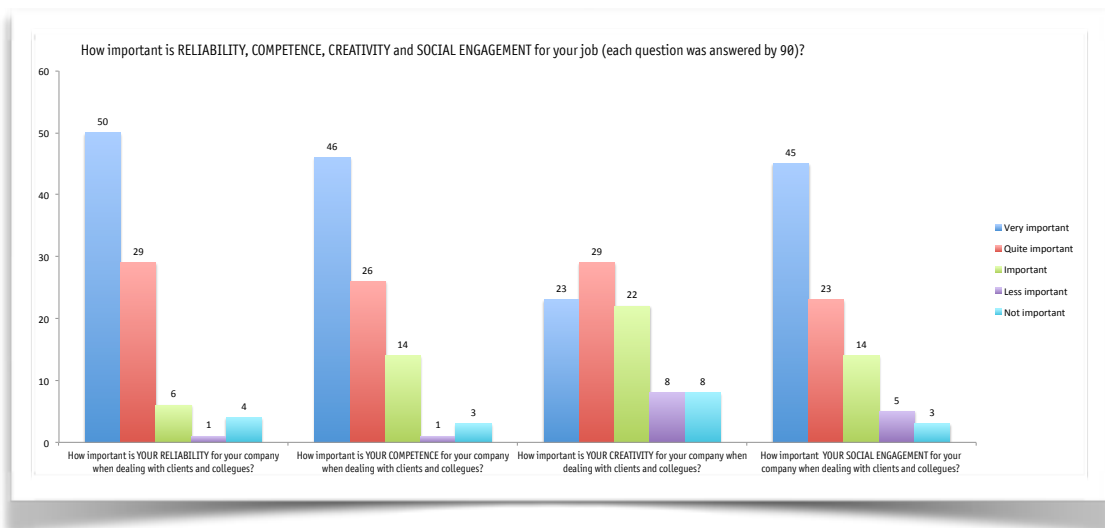
svar jeg har fått av de internasjonale kandidater, er det 6 kandidater som oppgir at arbeides deres ikke er relatert til utdanningen, mens resterende 23 kandidater sier at den er relatert (figur 19b). Totalt sett er flere av de norske kandidatene enn av de utenlandske i et arbeidsforhold med relasjoner til deres utdanning - noe som kan tyde på at det er vanskeligere å finne “drømmejobben” i utlandet som er basert på kandidatens utdanning. Tallene varierer noe i forhold til størrelsen av bedriften, kandidaten er ansatt i - ca. halvparten av alle kandidater er ansatt i bedrifter større enn 40 medarbeidere, og her er det flest norske kandidater som har en jobb med relasjoner til sin utdanning.



Figur 20: Hvor viktig er design kunnskaper i ditt arbeid (n=90)?

For å finne ut, hvilken design kunnskaper som er viktig i kandidatens arbeid hverdag, har jeg differensiert design kunnskaper i flere underpunkt: 1. *generell teoretisk kunnskap om design*, 2. *teoretisk kunnskap om Strategisk Design*, 3. *Praktiske design ferdigheter (kreativitet)*, 4. *praktiske design ferdigheter (teknisk)* og 4. *Design planlegging med kollegaer*. Se figur 20.

Mens fleste parten av kandidatene oppgir *teori kunnskap* som relevant og delvis viktig (need to know fundamentals), svarer de fleste at *praksis kunnskap* er veldig viktig (very important). To tredjedeler av de spurte sa at “design planning with colleagues” er enten meget viktig (very important) eller delvis viktig (need to know fundamentals). Svareprosenten av de som har svart at designkunnskap ikke trengs eller ikke er nødvendig - er lav (mindre enn en fjerdedel). Dette gjelder for alle differensieringer. Det betyr at mesteparten av kandidatene som er i et fast jobbforhold og som har svart på undersøkelsen, har jobber som forholder seg til design på forskjellige vis, og at “design planning” er en vesentlig del av deres arbeidshverdagen.



Figur 21: PÅLITELIGHET, KOMPETANSE, KREATIVITET og SOSIALT ENGAGEMENT i ditt arbeid (n=90)

Den siste figuren i denne undersøkelsen (figur 21) gir et bilde av i hvor stor grad egenskaper som pålitelighet, kompetanse, kreativitet og sosialt engagement er viktig for kandidatens jobbhverdag i omgang med kollegaer og kunder. Ikke overraskende kanskje, svarer flest at pålitelighet, kompetanse og sosialt engagement er svært viktig i den daglige jobben - “ganske viktig” er det nest oftest avgitte svar. Kun på spørsmålet om kreativitet bytter disse to svarene rekkefølgen. Om en legger sammenn “svært viktig”, “ganske viktig” og “viktig”, så ligger den samlede svarprosenten ved 88% (pålitelighet: 79 av 90), 96% (kompetanse: 86 av 90), 82% (kreativitet: 74 av 90) og 91% (sosialt engagement: 82 av 90). Kun få prosent i hver kategori svarer at disse 4 egenskaper enten er mindre viktig eller ikke viktig i det hele tatt. Om en samlinger svarprosenten av kun de som har svart “svært viktig” i alle 4 spørsmål, så kan det sies at kreativiteten er den minst viktigste egenskapen. Dette kan enten være en indikasjon på at bedriften ikke jobber med klassiske kreative utviklingsoppgaver, eller at kandidaten ikke har en slik stillingsposisjon. Denne figuren er naturligvis en selvutbedring av meget subjektiv art, men den sier likevel noe om arbeidstakernes oppfatning av hva som anses til å være relevant i en jobb.

6. KONKLUSJON

Spørreundersøkelsen genererte mye informasjon om emnet MD201 Strategic Design. Innledningsvis stilte jeg følgende spørsmål: *Har emnet Strategic Design påvirket studentenes oppfatning av begrepet design, og i hvilken jobb-stillinger arbeider kandidatene i (av de som var i fast arbeid ved spørreundersøkelsens tidspunkt)*. I denne konklusjonen skal jeg først svare på disse spørsmålene, og deretter på det overordnede spørsmålet: *I hvilken grad er emnet MD201 Strategic Design i den formen det tilbys ved HVO relevant for studentenes studie- og yrkesvalg?*

For det første viser resultatene fra spørreundersøkelsen at 90 av de 149 kandidater som har svart på spørreundersøkelsen var ved undersøkelsesens tidspunkt i et fast arbeidsforhold. De fleste av dem sier at design er en viktig del i deres arbeidshverdag, og at deres jobb er relatert til deres utdanning. De fleste sier også at de har vært meget tilfreds med Strategic Design emnet, og at de ble inspirert til å fortsette med design relaterte fag og at de ble direkte påvirket i forhold til sitt videre yrkesvalg.

Resultatet fra spørreundersøkelsen viser at kandidatene arbeider i stillinger der design er viktig, og at emnet Strategic Design har bidratt til og påvirket kandidatenes oppfatning av begrepet design og dermed også deres yrkesvalg.

Av tilsammen 281 studenter som har tatt emnet Strategic Design fra 2003 til 2011 (jeg har lyktes med å kontakte 274 av dem), har 149 svart på spørreundersøkelsen. Denne svarprosenten (53%) er jeg veldig fornøyd med, og den er stor nok til å kunne gi gode empiriske data.

Strategisk Design er en internasjonal disiplin, oppdragene til designere og konsulenter som jobber i faget er ofte ikke kun begrenset til et nasjonalt marked. En videreføring av undersøkelsen med større fokus på dette aspektet kunne derfor være meget interessant. Her vil en også kunne fokusere på begrepsdefinisjoner og -terminologier innen faget som det fortsatt mangler samsvar om.

Det er også interessant å se utfallet av faget i forhold til de norske versus de internasjonale studentene - det virker som om det er langt vanskeligere kår i andre land enn Norge for å finne en jobb som kan relateres til utdanningen innen design. Det er også interessant å konstatere, at de utenlandske studenter i mye høyere grad etterstrever høyere utdanning enn en bachelor grad. Nesten samtlige mastergrads- og PHD program ble gjennomført av de internasjonale studentene. Selv om spørreundersøkelsens omfang er forholdsvis lav til å gi gode empiriske nasjonale eller internasjonale data, kan en likevel se en tendens til at markedet i utlandet er tøffere og derfor krever høyere utdanning for å kunne være

konkurransedyktig i arbeidsmarkedet. Design er et konjunktur-utsatt yrke, og den siste finanskrisen har nok gjort det vanskeligere for utenlandske arbeidssøkere med design bakgrunn å finne jobber enn for de norske arbeidssøkere i Norge, siden Norge ikke har blitt rammet like sterk av krisen. Når jeg har laget denne spørreundersøkelsen, har denne problemstillingen ikke særlig stått i fokus, men jeg ser i etterkant, at denne informasjonen er meget interessant, fordi våre internasjonale studenter kan gi et interessant og viktig innblikk i det internasjonale markedet.

Hvis denne undersøkelsen dessuten gjenspeiler en norsk tendens, der de fleste klarer å skaffe seg en jobb i det norske markedet med en fullført bachelorgrad, så vil det selvfølgelig kunne gi et interessant diskusjonsgrunnlag for den fremtidige utviklingen innen høyere utdanning - særlig med blikk på et større, internasjonalt arbeidsmarked.

Resultatene i denne spørreundersøkelsen kan tyder på, at emnet MD201 Strategic Design ved HVO i høyeste grad er oppfattet som relevant for studentenes studie- og yrkesvalg.

REFERANSER

Ottar Hellevik (2002). **Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap**. Universitetsforlag.

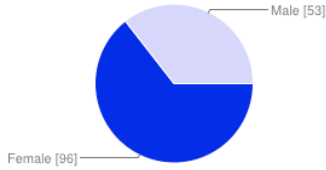
Christina Zetterlund (2002). **Design i informationsålderen**. Om strategisk design, historia och praktik. Raster Førlag.

Silje Kamille Friis (2005). **Show it and tell it**. Article. Quarterly issue 13. Learning Lab Denmark's journal, DPU.

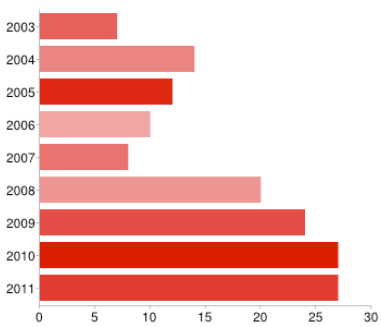
Wally Olins (2002). Article, Viewpoints. **Corporate Identity - the ultimate resource Business**.

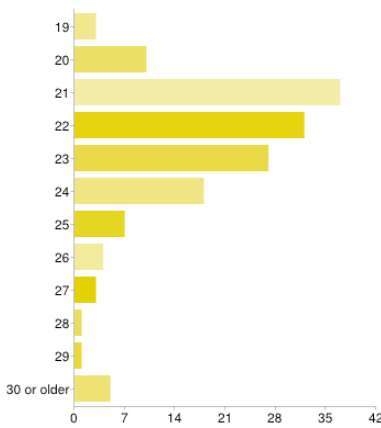
VEDLEGG

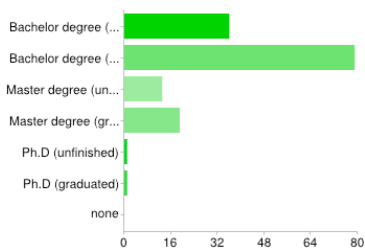
Google documents - spørreundersøkelse (mai 2012) - her som redigert utskrift.

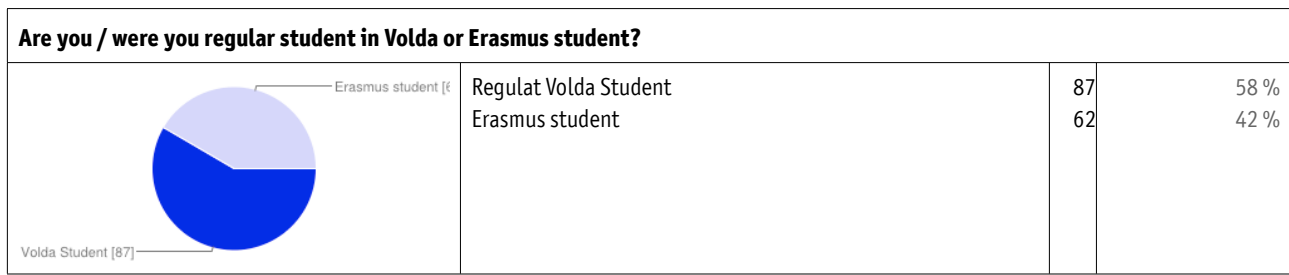
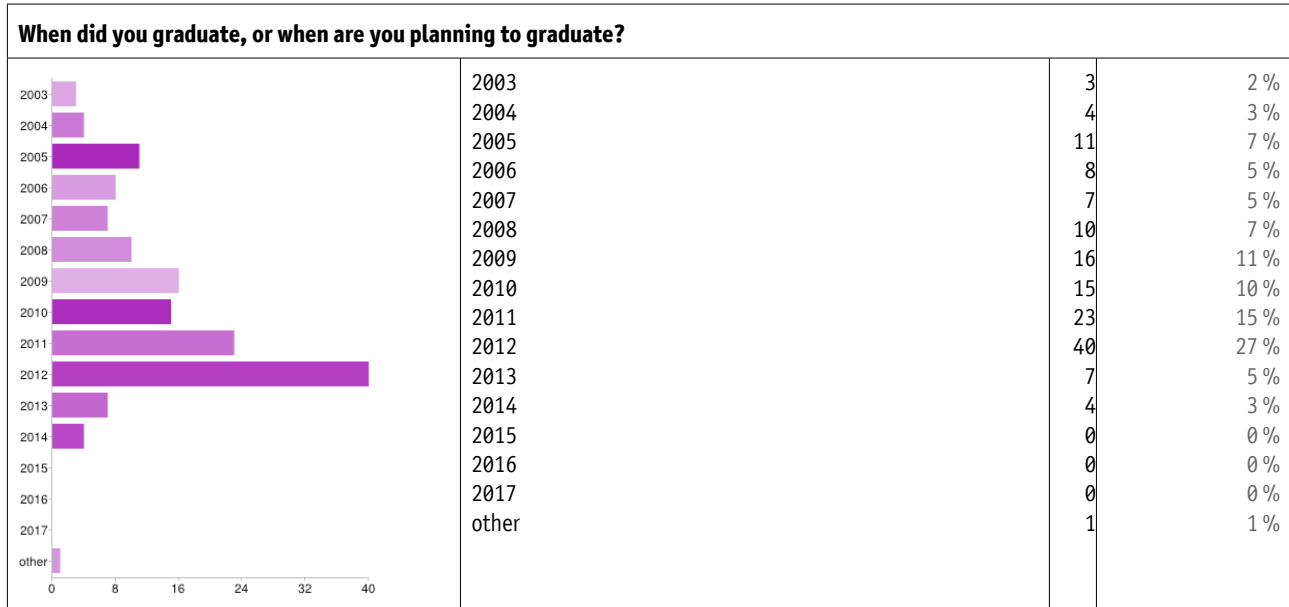
What is your gender?			
	Female	96	64 %
	Male	53	36 %

Are you Norwegian?			
	Yes	87	58 %
	No	62	42 %

What year did you study MD201 at VUC?			
	2003	7	5 %
	2004	14	9 %
	2005	12	8 %
	2006	10	7 %
	2007	8	5 %
	2008	20	13 %
	2009	24	16 %
	2010	27	18 %
	2011	27	18 %

How old were you at that time?			
	19	3	2 %
	20	10	7 %
	21	37	25 %
	22	32	21 %
	23	27	18 %
	24	18	12 %
	25	7	5 %
	26	4	3 %
	27	3	2 %
	28	1	1 %
	29	1	1 %
	30 or older	5	3 %

What kind of graduation do you have / plan to have?			
	Bachelor degree (unfinished)	36	24 %
	Bachelor degree (graduated)	79	53 %
	Master degree (unfinished)	13	9 %
	Master degree (graduated)	19	13 %
	Ph.D (unfinished)	1	1 %
	Ph.D (graduated)	1	1 %
	none	0	0 %



What study program(s) are you currently working on (BA, MA, PHD)?

Graphic Design, BA, Swansea Metropolitan University ### Media, IKT and Design, BA, Volda ### Documentary film, MA, Volda ### Nursing, BA, Oslo Diakonale Høgskole ### DSAA Design and Strategie of Communication, MA, Estienne, Paris ### Psychology, UIO - subjects only (no degree) ### Lektorprogrammet, MA, Universitetet i Oslo ### Film Production, BA, NISS ### "Communication, MA, Trinity Washington University, USA ### Graduated from Georgetown University, DC, USA, Digital Media Management ### PR og kommunikasjon, BA, Volda ### MA, Czech republic ### Marketing Communications, MA, Zlin Thomas Bata University ### MA ### Journalism, MA, Volda ### Sosialantropologi, BA, Universitetet i Tromsø ### Film and media, BA, Kaposvar University ### Media, IKT and Design, BA, Volda ### Media, IKT and Design, BA, Volda ### Journalism ### PR, media and communication, BA, Volda ### Media, IKT and Design, BA, Volda ### BA, Journalism ### Multimedia Production, BA, Fachhochschule Kiel ### Journalism, BA, Alexandru Ioan Cuza University, Iasi, Romania ### English for business administration, BA, Thomas Bata University in Zlin ### Media, IKT and Design, BA, Volda ### Scandinavian studies, BA, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg ### PR, kommunikasjon og media, BA, Volda ### Media, IKT and Design, BA, Volda ### Media, IKT and Design, BA, Volda ### Media communication, BA, Jan Amos Komensky University ### Economic and Administration, BA, Ålesund University College ### Media and Peace Studies, PHD, "Alexandru Ioan Cuza" University, Romania ### Norwegian School of Photography (Fagfotograf ved Norsk Fotofagskole, 2 årig) ### Media, IKT and Design, BA, Volda ### BA Intercultural relations ### Journalism and Social Communication, MA, University of Wroclaw ### Media, IKT and Design, BA, Volda ### BA ### Media, IKT and Design, BA, Volda ### Public Relations, MA, "Alexandru Ioan Cuza" University of Iasi, Romania ### Bachelor Eiendomsmegling ### Advanced Product Design, MA, Umea Institute of Design, Sweden ### Journalism ### Tourism and Hotel Management (Research Assistant), PHD, University of Anadolu, Turkey ### Culture and communication, BA, University of Oslo ### Media, IKT and Design, BA, Volda

What study program(s) have you previously graduated in (BA, MA, PHD)?

Cand.mag i medievitenskap, statsvitenskap og psykologi, NTNU ### Informasjon, HVO ### BA Media, ICT and Design, Volda University College ### PPU, Nord-Trøndelag University College ### Arts History, NTNU ### Multimedial journalism, Bodø University College ### MA Creative Industries: Creative Production and Arts Management ### Media, IKT og Design, BA, Volda University College ### Bachelor, informasjon ### Media, ICT and Design, BA ### Cultural Anthropology, MA, University of Pécs, Hungary ### English Teacher Training, MA, University of Pécs, Hungary ### PR & media, BA, Volda University College ### Bachelor Media, IKT og design, Høgskulen i volda ### Media, IKT og design, BA, Volda U.C. ### PPU (pedagogy), years degree, Volda U.C. ### Media & Journalism, BA, University of East Anglia ### Informasjon, units at BA, Volda University College ### Samfunnsplanlegging og ledelse, units at MA, Volda University College ### Merkevarerledelse, unit at MA, Ålesund University College ### Communication and Media science ### PR, Kommunikasjon og Media, BA, Høgskulen i Volda ### Bachelor in Media, ikt og design in Volda University College ### Graphic Design, Bachelor, ESAAT, Roubaix, France ### Media, ikt, design, BA, Volda University College ### Media, IKT og design, BA, Høgskulen i Volda ### Media ICT, and Design at Volda University College ### Film and television science Year study at Lillehammer University College ### Media, IKT og Design, BA, Volda University College ### Informasjon og Media, BA, Volda University College. Unfinished, 1-2 years ### Film and video production MA, West London University ### Massmedia Communication, BA, Jan Amos Komensky University in Prague, Czech Republic ### Journalism and Sciences of Communication, Al.Ioan Cuza University Iasi ### MID ### Media ICT & Design BA, Volda University College ### Media, IKT og Design, BA, Høgskulen i Volda ### Media, IKT & Design BA, Volda University Collage ### BA, Czech republic ### Marketing Communications, BA, Zlín Thomas Bata University ### Journalism, Master degree, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza ### Journalism, Bachelor Degree, Universitatea "Alexandru Ioan Cuza ### Bachelor in Media, Communication and ICT at Volda University College ### Media and marketing communication, BA, Thomas Bata University in Zlín ### Journalism and Sciences of Communication, BA, Alexandru Ioan Cuza University, Iasi, Romania ### Editorial techniques of production in press, audiovisual and multimedia, MA, Alexandru Ioan Cuza University, Iasi, Romania ### Bachelor Degree ### Media, IKT og Design, BA, Høgskulen i Volda ### none ### Photo- and journalism, BA-level subjects but not a full degree, Gateway College, New York ### PR, communications and media, BA ### MID, BA, Volda University College ### Media, ICT and Design, BA, Volda University College ### Media, IKT og Design, BA, Volda University college ### MID - Media, IKT og Design BA, Volda University College ### INFORMASJON ### Journalism, "Alexandru Ioan Cuza" University, Iasi, Romania ### Media communication, BA, Jan Amos Komensky University ### Media, IKT an Design, BA, Volda University College ### Journalism and Communication Sciences, BA, "Alexandru Ioan Cuza" University, Romania ### Human Relations and Communication, MA, "Alexandru Ioan Cuza" University, Romania ### Mediation of Conflicts, MA, "Alexandru Ioan Cuza" University, Romania ### Media, ICT & design, Volda University College ### Media, IKT og Design, Volda University College ### Journalism and Social Communication, BA, University of Wrocław ### Journalism, BA, Griffith College Dublin ### Business and Marketing, BA, Waterford Institute of Technology ### BA, humanities (English language for business administration) at Tomas Bata University in Zlín, Czech Republic ### Journalism, BA, Volda University College and Jan Amos Komensky University Prague ### Journalism, BA, "Alexandru Ioan Cuza" University of Iasi, Romania ### PR, Communication and media, BA, Volda University College ### Media Studies, Technique of Media, Fine Arts ### Media, ICT & Design, BA, Volda University College ### Media ICT and design ### Media, IKT & Design ### Media IKT og Design, Høgskulen i Volda ### English for business administration, BA, Thomas Bata University, Zlín - CZE ### Management and Marketing, MA, Thomas Bata University, Zlín - CZE ### Media, ikt og design, BA, Volda university college ### Media, IKT og Design ### Industrial Product Design, BA, Mimar Sinan Fine Arts University, Turkey ### BA, MID ### Journalism, BA University of Kaposvár ### I haven't graduated from Volda University College, I graduated from Anadolu University Turkey ### Media, ICT and design, BA, Volda University College ### Media, ICT and Design, BA, Colda university college ### Journalism and visual media, BA, Griffith college ### Broadcast production for television and radio, MA, Institute of art and design technology (IADT, Dun Laoighre) ### Documentary film, MA, Volda University College ### Advertising&Public Relations, BA, Anadolu University ### Media, ICT&Design, BA (Non-Programme), Volda University College ### Media IKT og design, BA, Volda University College ### Media communication, Literary Academy, Prague ### Macdesign, 1-year, Norges Kreative Fagskole Oslo ### Social and Mass Communication, BA, Jan Amos Komensky University, Czech Rep. ### International Relations and European Studies, MA, Metropolitan University Prague, Czech Rep. ### Corporate Identity, BA, Wrocław University ### MA ### Magister in Media Studies, HbK Braunschweig ### Strategisk Design ### Nye medier ### Journalism and Media, BA, Volda University College ### Journalism and media, BA, University of Wrocław ### Economy, BA, BI Oslo ### Visual Communication, BA, Ecole Supérieure des Arts Appliquées et Textile (ESAAT) of Roubaix, France ### Visual communication, BA, Volda University College ### Strategic Design, BA, Volda University College ### Culture Management with specialization in Photography, BA, Latvia Culture College ### nothing ### Media, IKT and Design, BA ### Media Ikt og Design, BA, Volda University College ### BA - finished - Business Administration ### industrial product design, mimar sinan fine arts university ### Media, ICT & Design, BA, Volda University College ### BA ### International business relation, BA, Wrocław University of Economics

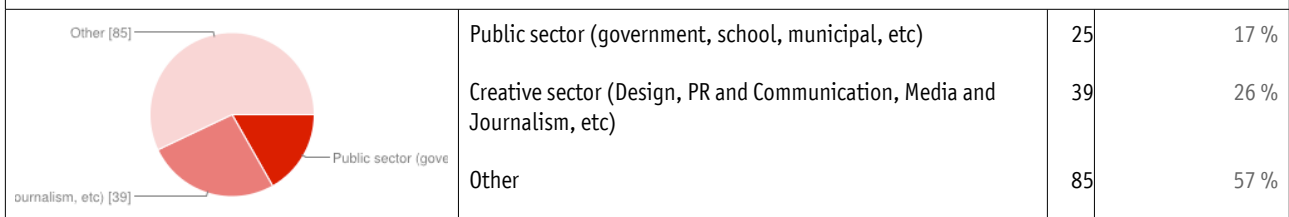
What study program(s) do you plan to enroll in, if any (BA, MA, PHD)?

Possibly a PHD within Arts Management ### MA ### Psychology (MA), Law or Scandinavian studies ### Ikke noen enda, måtte den riktige mastergraden dukke opp først ### Maybe BA Graphic Design, Westerdahls or MA medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi, NTNU or MA, Høgskolen i Oslo ### MA Økologisk Økonomi ### BA in Hotel Management or BA in Business Administration ### Ph.D ### Documentary film director, MA, University of Theatre and Film, Budapest ### Samfunnskommunikasjon, MA, Universitetet i Agder ### None at the moment. ### IT Product Design, Syddansk University ### Journalism or Science of Communication MA, Bucuresti University, Bucuresti, Romania ### Management and marketing, MSc, Thomas Bata University in Zlin ### Marketing communications, MA, Thomas Bata University in Zlin ### European Literature and Culture, MA, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg ### MA, Literature, Universitet i Bergen. ### Media communication, MA, Jan Amos Komensky University ### MA ### MA, management and marketing in London ### none ### MSocSc in Management of Creative Business Processes, MA, Copenhagen Business School ### Filmvitenskap, MA, University of Copenhagen ### Master in Documentary, Volda University College ### double degree in Applied Economics and English Language, MA, Palacký University or English with Focus on Interpreting and Translating, MA, Palacký University or Marketing and Management, MA, Tomas Bata University ### Markedføring master ### International Relations and European Studies, PHD, Metropolitan University Prague, Czech Rep. ### PHD ### Marketing communications, MA, Tomas Bata University ### Graphic Design (focused on editorial), MA, Paris. ### Journalism, MA, Charles University in Prague ### MA in Motion graphics somewhere outside norway. ### none ### MID ### Media and Design, BA, Volda University College

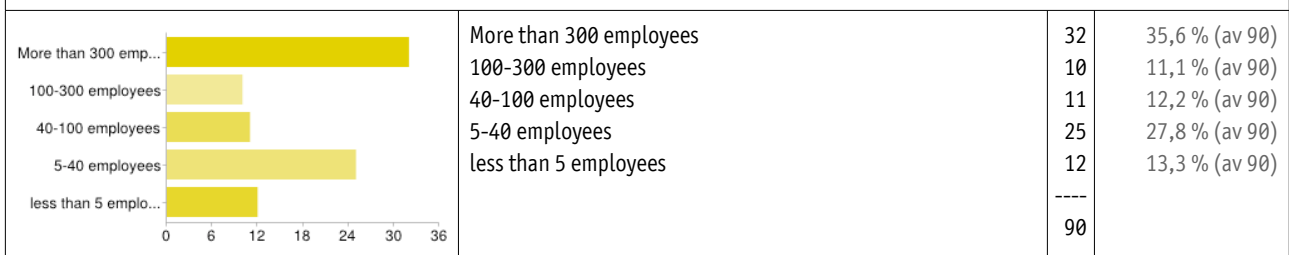
Do you have a permanent job?



What kind of company are you currently employed at?



What size is the company you are currently employed at?



Where is your current company situated geographically?

Ørsta ### Trondheim ### Oslo ### Molde ### Bergen ### Oslo ### Oslo ### Ulefoss in Telemark ### Hungary, Pécs ### Brønnøysund ### Volda ### Volda ### Oslo ### Volda ### Oslo ### Ulsteinvik ### Hungary, Budapest ### Herøy ### Norway+Oslo +Oslo ### Ørsta ### Tromsø ### London/ UK ### Washington DC, USA ### Oslo ### Kristiansund + fylkeskommunen (Molde) ### Kristiansund ### Czech republic/Zlin/Zlin region ### Bodø ### Iasi, Romania ### Oslo ### Czech Republic, Zlin ### Romania, Iasi ### Oslo ### Oslo, eastern part of Norway ### Kiel, Germany ### Norway ### Nordfjordeid ### Valen, Hordaland ### Bali, Indonesia ### Oslo ### Molde ### Oslo ### Czech Republic - Prague ### Ålesund ### Romania, Iasi ### Oslo ### Oslo ### London, United Kingdom ### Munich, Germany ### Oslo ### Slovakia + Bratislava ### Bergen ### Oslo ### Ålesund ### Bodø ### Oslo ### Norway, Åkrehamn ### Hungary, Budapest ### Turkey, Eskisehir ### Cigli - Izmir / Turkey ### Oslo ### Norway - Møre og Romsdal ### Ulstein ### Dublin, Ireland ### Volda ### Ålesund ### USA, LA & TURKEY, Istanbul, ROMANIA, Bucharest ### Bergen ### Oslo ### Møre og Romsdal ### Stavanger ### Prague/ Czech Rep. ### Czech Republic, Prague ### Poland, Wroclaw ### Czech republic, Sviadnov ### Ålesund ### Hamburg, Germany ### Ålesund ### Poland ### Ørsta ### Møre and Romsdal ### Volda ### Lake Louise, AB, Canada ### Ørsta ### Bergen ### Bergen ### Chennai, India ### İstanbul/Turkey ### Oslo

Is your current job related to your education?			
<p>a small degree [22]</p> <p>No - not at all [19]</p> <p>es - very much [49]</p>	Yes - very much	49	54,4 % (av 90)
	Yes - to a small degree	22	24,5 % (av 90)
	No - not at all	19	21,1 % (av 90)

		90	

What is your position?
PR consulent ### Teacher ### Business adviser ### Salesman ### nurse ### Graphic designer/illustrator ### Exhibition designer ### Marketing coordinator ### executive manager ### Communications adviser ### Butikkmedarbeider ### teacher ### Web Coordinator ### teacher ### teacher ### Web designer ### Public Relations Consultant ### Assistant of director-general ### informasjonskonsulent ### Teacher ### Project manager/consulent ### Communication Advisor ### Senior advisor ### PR Assistant ### Sales Specialist ### Trainee ### Fotografers assistent and photographic ### laboratory worker ### Project manager ### Grafisk designer ### redactor ### co-worker ### PR manager ### Copywriter ### Communications adviser and web editor ### administrator/consulent ### Frontend-Developer ### trainee ### Photographer assistant ### Teacher ### Operations Manager ### SENIORRÅDGIVER ### System Administrator ### transcriber ### Junior Marketing Specialist ### part time employe ### Associate Teacher ### Developer & designer ### Advisor ### barista ### staff ### Systemutvikler / Digital Potet ### marketing manager ### Kiwi Employee ### Web Developer ### Shiftleader ### Communication adviser ### manager ### teacher ### Nordic Accounts Payable ### Researcher ### Dance and fitness trainer ### assistant ### Journalist/VJ ### Assistant ### Production assistant ### Producer, Director, Freelancer ### Teacher ### Manager ### Markedsfører ### Informasjonskonsulent ### Writer (Story & Concept dev), Art Direction ### Grafisk designer ### Executive director ### project manager ### graphic designer ### PR specialist ### Cinematographer ### Junior producer ### Selger ### substantive employee, journalist ### Deskmedarbeider ### Graphiv designer ### international officer ### Food & Beverage supervisor ### receptionist ### Consulent ### Art Director ### trainee/supervisor ### product designer ### Senior Adviser - Educational Technology Group

If you are dealing (somehow) with design in your company - what is the field of your responsibility?			
<p>Other [69]</p> <p>sign companies. [8]</p> <p>I do not deal with d</p> <p>I related tasks. [28]</p> <p>n related tasks [11]</p>	I do not deal with design related tasks at all	33	22 %
	I am solely in charge of all design related tasks	11	7 %
	I work in a team with design related tasks.	28	19 %
	We buy these services from external design companies.	8	5 %
	Other	69	46 %

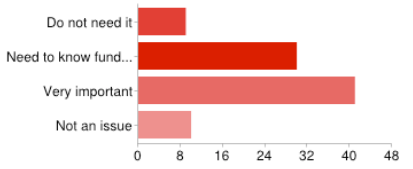
	149		

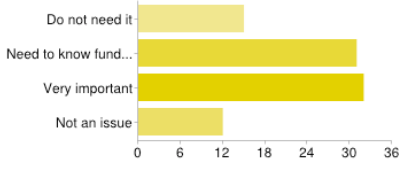
Theoretical knowledge about design in generell			
<p>Do not need it</p> <p>Need to know fund...</p> <p>Very important</p> <p>Not an issue</p> <p>0 8 16 24 32 40</p>	Do not need it	10	11,1 % (av 90)
	Need to know fundamentals	40	44,4 % (av 90)
	Very important	30	33,4 % (av 90)
	Not an issue	10	11,1 % (av 90)

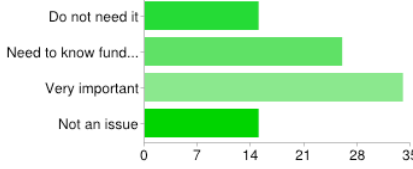
	90		

Theoretical knowledge about Strategic Design			
<p>Do not need it</p> <p>Need to know fund...</p> <p>Very important</p> <p>Not an issue</p> <p>0 9 18 27 36 45</p>	Do not need it	10	11,1 % (av 90)
	Need to know fundamentals	44	48,9 % (av 90)
	Very important	24	26,7 % (av 90)
	Not an issue	12	13,3 % (av 90)

	90		

Practical design skills (creativity)			
	Do not need it	9	10,0 % (av 90)
	Need to know fundamentals	30	33,3 % (av 90)
	Very important	41	45,6 % (av 90)
	Not an issue	10	11,1 % (av 90)
		90	

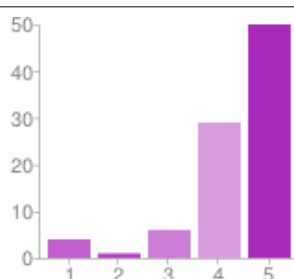
Practical design skills (technically)			
	Do not need it	15	16,7 % (av 90)
	Need to know fundamentals	31	34,4 % (av 90)
	Very important	32	35,6 % (av 90)
	Not an issue	12	13,3 % (av 90)
		90	

Design planning with colleagues			
	Do not need it	15	16,7 % (av 90)
	Need to know fundamentals	26	28,9 % (av 90)
	Very important	34	37,7 % (av 90)
	Not an issue	15	16,7 % (av 90)
		90	

If design matters for you and your company - how would you describe it?

Jobbar med å nå ut til mange ulike målgrupper via ulike kanalar, med design av ulike budskap, både tekstleg og grafisk. Utfordringar? Nå ut til målgruppene med ofte kompliserte og tekniske budskap. ### We teach all manners of the process and the practical implementation of design to our students. ### Essential for production and meeting design challenges ### "We are working on a clear and strong branding strategy to gain marketshares in Norway and Scandinavia. Good design is important in our products and this has to reflect in how we communicate to potential customers." ### Not long ago I became a manager of my own business, I run a language school. I have never thought of dealing with these things, earlier I worked as a teacher. Now I need to know how to advertise ourselves, how to design our posters, our website etc. It's not me I who actually does these things but the main idea should be in my mind first. So I actually looking into my memories and I remember lots of things we learnt there in Volda. Design planning. ### Blomsterdesign på det daglige, presentasjon i butikk, annonsering og synlighet på facebook og nett. ### Design is essential when it comes to Branding of our company. ### We have to conform to the country's rules and design. We haven't got so much space to move, but in this area we can be creative, especially for all that our own 'company'. ### Branding - image building, omdømmehandtering, strategisk tenking og utføring utføres daglig! ### I work in a team of teachers at upper secondary (Programfag medier og kommunikasjon), where we all have different backgrounds and competence. For me, the theoretical knowledge and the strategic aspects of various designs is essential for teaching these classes. ### For det meste vert det å designe for nettsidene, men har også mykje med trykt materiell - brosjyrer, bildemontasjar og ulike skjema/innbydingsmateriell. ### Design matters to inform people about important and difficult themes to people in a simple and tasteful way. It also matters that we present us in a way that our target group recognise us and know who we are. ### I need to know how to work with Adobe InDesign since I edit the text, but we have designers for print design, so I do not need to know how to make design elements. ### Blir noe sysning siden jeg ikke konkret vet mine arbeidsoppgaver. Arbeidsgivere var veldig opptatt av portfolioen, bakgrunnskunnskap og personlighet. ### As the business has a relatively old and outdated graphical profile, I think some of my tasks in the future will be to freshen things up a bit to make things appeal to a younger audience. But for now I'm designing posters and flyers for promotion purposes. ### Markedsføring og grafisk design spiller en stor rolle i arbeidshverdagen. Kreativitet er viktig men er begrenset pga "maler" til annonser etc. settes av hovedkontoret. ### We need to attract the potential customers to choose out hotel. ### "Møller Bil is one of the largest authorized companies within the car-market in the nordic countries. They are currently expanding to the Baltic countries as well. As authorized salesmen of Audi, VW and Skoda, brand marketing and design is absolutely a key to success within the car-market. Positioning yourself in a tough market like this one requires strategic choices to both marketing and the design of your marketing. Møller uses a various of output channels for targeting possible clients and current customers. TV, internet, magazines etc. is all part of Møller's design-agenda." ### We design albums, cards Etc for the customers. ### Not too much. It is just part time job. I don't find it perspective too much. I help to plan and realize events (conference). ### "- Efficiently use of social media and cooperative journalism in order to imbue students' motivation for merging educational projects with self-realization projects." ### General workflow between designers and developers is much improved by an at least basic mutual understanding of competences. ### Understanding usage and behavior of our customers, and improving our services accordingly. ### We design web-pages, so it is crucial for us to make everything obvious and easy to understand for a large range of people. ### For my permanent job design or marketing does not matter at all, but I have also a part-time job for my father's company, for which one I am creating promotional videos for LED outdoor screen. Here it is mostly about my esthetics combined with customer's requirements. However, the following questions will be answered about my permanent job in fast-food business. ### My company needs to do some advertisements to reach people around and make them have memberhis to our club. Thats why they need posters, banners or creative pictures on internet. As my real job is designing i am really a good oppurtunity for them.. But ofcourse i dont let my work go waste.. They pay me a little extra for the work i prepare. ### I approve adds for print, web And tv. I make sure the design is according to our Brand guidelines, And try to make sure to find the right design to reach out to potential customers. ### As with music, a composition consist of various necessities. You can't make music without notes, forte, pitch, measure and rhythm. When we work with designs, no matter if it's product, brand, film etc, we must connect the necessary principles, rules and form of design; shape, line, space, color, texture, value, contrast and light. This is both what binds and distinguishes every design project. From dev to final execution. ### It is not the most important part of my job but it helps to establish the position of the company on the market. ### "making scetches for graphic studio (perosna marketing campaigns) who is in charge for our company ### creating internal visuals for notice boards ### making and writing articles for company magazine ### Jobber med redaksjonell design. Brekker avisen, og lager annonser. Bruker mye av basisikunnskapen, men må noen ganger strekke meg til mer kreative oppgaver. Den redaksjonelle design biten fra faget har kommet godt med. ### It is very challenging as the company has just redesigned her logo and whole visual style. ### my work is totally unrelated in design ### Marketing and sales related. Use of Indesign and knowlegde about target groups. ### Jeg jobber i TV 2 Sumo, TV 2s webtv. Sumo inneholder en rekke programmer on-demand og alle TV 2s kanaler live. Sumo er en betaltjeneste på nett. Her er design viktig på flere måter. Selve presentasjonen av tjenesten og innholdet, og hvordan brukergrensesnittet er designet. Min jobb består i hovedsak av å tilrettelegge/deske innhold og presentere det på en måte som både selger inn nye kunder, og som aktiviserer eksisterende kunder nok til å forbli kunder hos Sumo. Arbeidet består i å deske ulike forsider (underholdning, sport, fakta), og å utforme programsider hvor ulike programmer skal "bo". Jeg er også med i en prosjektgruppe for neste utgave av TV 2 Sumo, hvor Strategisk Design er meget gjeldende. ### i work in a furniture company which only produces kids furniture. Design creates the difference between other companies and the company i work with. design takes us a step ahead.

How important is YOUR RELIABILITY for your company when dealing with clients and colleagues?

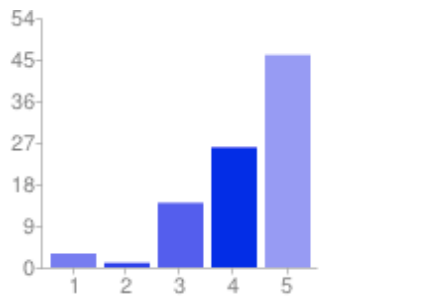


1 - Less important
 2
 3
 4
 5 - Very important

4 4,4 % (av 90)
 1 1,1 % (av 90)
 6 6,7 % (av 90)
 29 32,2 % (av 90)
 50 55,6 % (av 90)

 90

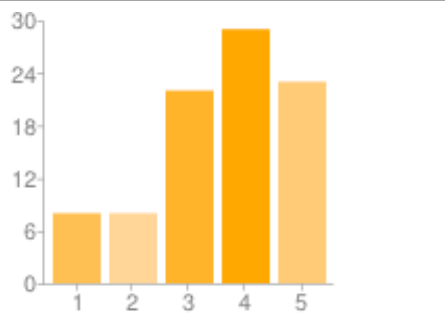
How important is YOUR COMPETENCE for your company when dealing with clients and colleagues?



1 -	Less important	3	3,3 % (av 90)
2		1	1,1 % (av 90)
3		14	15,6 % (av 90)
4		26	28,9 % (av 90)
5 -	Very important	46	51,1 % (av 90)

		90	

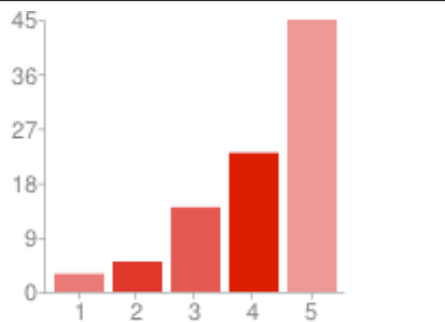
How important is YOUR CREATIVITY for your company when dealing with clients and colleagues?



1 -	Less important	8	8,9 % (av 90)
2		8	8,9 % (av 90)
3		22	24,4 % (av 90)
4		29	32,2 % (av 90)
5 -	Very important	23	25,6 % (av 90)

		90	

How important is YOUR SOCIAL ENGAGEMENT for your company when dealing with clients and colleagues?



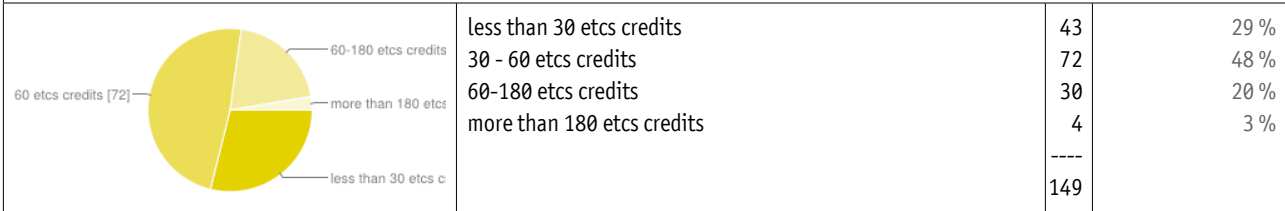
1 -	Less important	3	3,3 % (av 90)
2		5	5,6 % (av 90)
3		14	15,7 % (av 90)
4		23	25,6 % (av 90)
5 -	Very important	45	50 % (av 90)

		90	

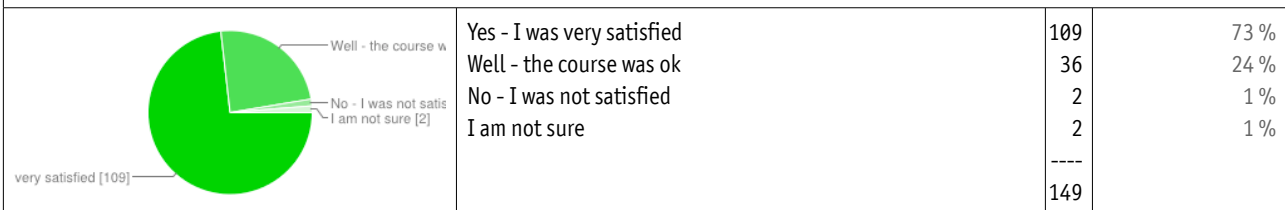
Comments?

Sosial, nysgjerrig, effektiv, flink til å samarbeide med folk med heilt annan utdanningsbakgrunn. ### Begynte på sykepleien etter endt studie i Volda, og har derfor idag ingen relevant jobb i forhold til strategisk design. ### Strategier, gjennomføring og evaluering er viktige element i arbeidshverdagen min, det kreative kan jeg gi vekk til de som lager til for oss, men selvfølgelig ikke uten å ha laget til en strategi for måloppnåelse og gjennomført diskusjon om hvordan vi vil framstå, osv osv... ### "Har ikkje klientar på ein slik måta at dette gjer noko for oss som kontor. Mitt arbeid er på eit kyrkjekontor, og dei har ikkje tidlegare tenkt så mykje på design og ikt før. Men dette har endra seg mykje. Difor kom eg inn i bildet på ei nyoppretta stilling. Først og fremst for å drifte ei nettside, som eigentleg ikkje er så lett å gjere spanande fordi det er ei nettsideløysing som ligg litt fast. Men har mykje med å lage type informasjonsmateriell, og det er også noko me bestemmer sjølve korleis det skal vere. Difor er " "klientane" " om ein kan kalle det det, prisgitt det som vert laga til dei. Einaste kollegaane som kan seie noko om det. ### Igjen litt tipping, men ser ut til at jeg kommer til å få et ansvar innen for det kreative, hvor jeg skal jobbe sammen med folk med forskjellig bakgrunner! ### I have to be open for any idea and be able to guide our customers in the right direction so they get the pictures they want. ### "As a communications adviser I don't deal with design in a day to day basis. But I am expected to be creative, but usually in a different way than design. With that said I feel that my background at Volda, Strategic Design included, helps me understand the importance of a brand. I work for a well known company, and when I say where I work I usually get a lot of questions. Therefore I have to have a clear understanding of my company and my work there, and what we stand for, so that I can uphold the reputation of my workplace. I always represent my company, and I think that's an important thing to remember. ### "Design and tech is merging. As the complexity of devices and platforms increase at a huge rate, so does complexity of the technology and content used to power them (i.e. the web, apps, games, interactive advertisement). ### At the same time, the actual tools and frameworks used to create the content are getting proportionally more advanced and easy to use. The result is that clients are gradually expecting more complex and better looking solutions, delivered in less time and for less money, than they typically did a few years ago. ### These issues contribute to the increasing importance for non-developers working in creative industries to know about their SWOTs as far as the tech goes. On the other hand, the importance placed on visuals by both clients and consumers has also increased a lot, making it crucial for developers to execute designs flawlessly. ### In my experience, poor communication between developers and non-developers due to a lack of knowledge about the different areas is the #1 reason projects fail or products are less successful than they could be. Effective strategic design will depend on creatives who are knowledgeable about both tech and design." ### I had to take a job at Kiwi while i search for a job related to my field. Looks like its really hard to get a job. I have been searching for 3-4 months now. ### I dont hate design but i am not someone who can stay in front of pc for a long long time.. Thats why i skipped to this sector. But i can never stop being creative and the education i had will always be part of me. The good thong is - i can manage to add my creativity and vision to my job right now.. ### Strategic design course gave me the most from my Erasmus courses in Volda. I am very grateful that I had the opportunity to work with such a great teachers and perfect team. ### follow corporate identity rules (which decrease the creativity unfortunately) ### Estetisksans, fokus på brukeropplevelse og kreativitet er viktige egenskaper sammen med god kunnskap i programmer som photoshop.

How big part of your overall education has been or is design-related including Strategic Design (15 etcs credits) in Volda?



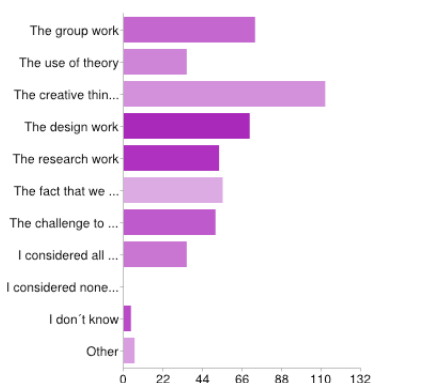
Were you satisfied with the Strategic Design course in Volda?



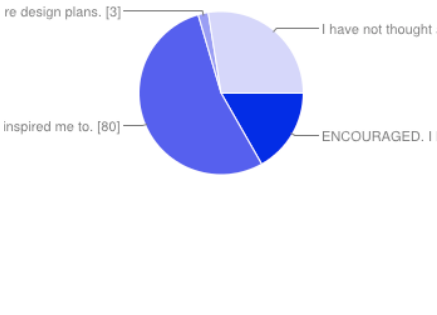
Is there anything you would recommend to do differently?

It has been many years since i took the course, but to my recollection i remember beeing a bit unhappy with not learning more practical skills. However, this might be a overall issue of the degree where design was not really emphasised. ### In group task it always was 1 ,sometimes 2 ...students who didnt anticipating in the work and studies. Socalled "freeride" ### I felt it was little focus on theory and spesific sources and books until we had to hand in the written assignment... We had to do some practical things beside theory things but if students could do more that would mean more learning, deeper knowledge for people learn more if they have to carry out tasks themselves. ### I remember being satisfied with the course. But when focusing on improvements, I believe that to develop skills and being preparing for a job market, it's important to work on even more design projects in the course. Getting more hands on tutoring and more focus on the design process and skills (combined with the strategic and creative process ofcourse). Also, because this course is limited in time and study points, it's fights for attention and other courses. Stimulating the creative art process and encourage design related activities or gatherings outside the course itself, could be a good thing to rise the awareness of the course and design profession in itself. ### Dette er et studie for spesielt å drive med branding og omdømmebygging, ergo et veldig viktig fag for de som går PR, kommunikasjon og Media - vil du ha mer om hvordan jeg driver mitt arbeid opp imot det jeg lærte på Strategisk design, så ta kontakt ;) ### It was a bit unclear to me what the overall goal of the course was. There was a lot to take in and a lot of mixed feedback on what our final product should be and how to get the best possible result. The lectures are ok but it rarely showed the real process of strategic design. At the same time there was too little focus on the creative work. Though I learned a lot from the course I do not feel any more competent to be a part of a professional Strategic Design team. That being said I do take a big amount of self-criticism as to my own approach to the course and realize that both my ambitions and my interests in the subject was poor. ### Klasse eller kurset Strategisk Design kan eg berre hugse som bra, for det var veldig jobberelatert. Om det gjeld sjølve utdanninga Media IKT og design, så var det i mi tid nokre fag som var under Informasjon og Media som også me i MID kunne fått. I staden valde eg å byrje på Informasjon og media etter MID, for å få med meg det... Dette trur eg er endra på no. Det er bra! ### The fundamental part of the class from the other female teacher was little messy and "dry". It was only theoretical and the paper requirements were really strict in consideration that the course has barely something common with the theoretical background. It has been a bit too long, but i think i would have enjoyed more strong feedback from the teachers involved and being pushed to do something beyond my usual limits. ### Grade should be less dependant on the group performance during the final evaluation ### Strategisk design er kanskje det faget i Volda som åpner flest dører for jobber til videre karriere. Det var nettopp dette som gjorde at jeg fikk muligheten å bli en av de heldige Traineeene i Kristiansund. Bedriftene "jubler" når de hører "strategi" "kommunikasjon" "planlegging" og "markedsføring." Takk for et fantastisk semester, Thomas! ### The year I attended Strategic Design, the focus was shifted to heavily concentrate on theory. All of the early lectures were theory lectures, and the final grade was very much influenced by the theory required for the class to be a 200-level. ### It must be possible to interlace theory with practical classes so that it won't be a massiv "theory turn-off" at the start of the semester. ### Det er antakelig gått litt for mange år til at jeg husker kurset i sin helhet, men tror jeg minnes at jeg var ganske fornøyd med kreative og utfordrende oppgaver :) ### More critical comments about our final projects. ### Make it more relevant to real life and real journalism. For example to create full value Media product which will be readen or watched. ### I found the strategic design class to be very well put together, and I benefited alot from working with people that had other backgrounds and skill sets than I had. Everything that had to do with the project was great. However, the introductory course that spanned for about two weeks, before it really got serious, I could do without. I'm sure there might be something more useful that could replace it. Maybe smaller 'warming-up' sessions that revolved around the same as the bigger project we were to embark on? In retrospect, I would have enjoyed and learned alot from a strategic design course that were increased to 30 credits. Simply because there's alot of value in a course where people from different backgrounds has to work together to reach a goal. There's much potential for both an individual, and several people as a group, to gain important experience from a course where you have to combine theory and practice. ### The feeling of too many students on too few teachers made the course a bit unstructured. More feedback and follow-up from the teacher would be most welcomed. For the future, I recommend smaller classes, with fewer people. ### It was just perfect. But maybe it's valuable to get acquainted with the process of User Cenered Design and prototyping methods. ### NO. It is ok how it is. ### Nothing. It was really amazing. ### We should be able to switch groups when We were unsatisfied with the group. ### I remember having a hard time actually grasping what our assignment was, but after our first presentation we got feedback to be able to continue correctly. Also, perhaps there should be more focus on handing in something written, to make sure students (like me) don't postpone the theory and the hand-in til the very end. The Creative process is usually the most fun! ### Bedre oppfølging og veiledning av gruppene underveis i gruppearbeidet. Kanskje mer grunnleggende om design, designverktøy for studentene som ikke har så stor kunnskap om dette. ### Smaller, well-rounded groups, narrower project scope. ### Not a one big project, but several smaller to work on could be more interesting. ### Less Theories, more practice & real-life examples. The earliest hand-ins should have been more related to end project. ### One of the best classes i had at Volda. ### I loved every minute of this course, because it pushed me to think and act individually and for team as well. This course was very different from what I have experienced and I have really enjoyed the group and creative work without boundaries. ### It was a lot of work, and very much depended on the group's cooperation. I didn't like the oral exam at the end, because we were asked questions from the curriculum we had not used in our project. ### As far as I know, the course has become much better now, than when I took it. But I remember the course was too small, we did not get to dive deep enough too understand the real power of thinking strategically when working with design. That said, my groups project was copied (even the text from our demo website) by Ørsta Kommune and is now a functional and successful project called Ørsta Naturfestival. So copyright IP (Intellectual Property) should really be a part of the course. ### Gruppearbeid og karakterer. Vi var en gruppe på 6 stk. 3 av dem var aldri tilstede og tok ikke ansvar for noen av arbeidsoppgavene. Det følte meget urettferdig at alle da fikk samme karakter. ### I only miss the feedback on our project from GIFTS. ### Workshops on ideas, layout, typography.. not just lectures. Focus on sketches during the process. Perhaps create a small book about the work process. ### Nope ### As a journalism student I remember I didn't consider that course very relevant but took it anyway because there was not too many courses to choose from. What comes to course itself I think it was a good quality course what comes to practical application of strategic design but I was missing somewhat deeper theoretical standpoint. ### Litt for mye tid og dager måtte brukes i forhold til at vi hadde andre fag vi ville bruke tid på og gjøre det bra i. Andre fag måtte skyves til side fordi vi ikke hadde nok tid, i og med det var gruppearbeid i Strategisk. Gruppearbeid krever mye energi og tid, ofte kan det bli negativt. ### Kurset var bra, mye forskjell input fra alle leddene i design. Kanskje litt mye teori i noen av emnene. Praktisk arbeid gjorde godt, men merket at gruppeoppgavene var vanskelige. ### Not at all ! I have no recommendations because the Strategic Design course is the best one I have ever had. ### Let the students know up front what is expected of them. The number of pages to be handed in was way too much, compares to the courses I have taken on Masters level. ### use more relevant curriculum ### More theory on presenting, and make how to present your project a more vital part. ### It was perfect, thanks (sorry for lack of feedback :) ### Too much depends on the group work and too little on individual creativity.

Did you find any particular parts of the Strategic Design course more interesting/relevant than others?

	The group work	73	49 %
	The use of theory	35	23 %
	The creative thinking and planning	112	75 %
	The design work	70	47 %
	The research work	53	36 %
	The fact that we had external lecturers	55	37 %
	The challenge to speak and communicate in English	51	34 %
	I considered all as important	35	23 %
	I considered none as important	0	0 %
	I don't know	4	3 %
	Other	6	4 %

Would you say that the Strategic Design class has / had any impact on your further choice of profession?

	ENCOURAGED. I had plans to work with (strategic) design before, the course encouraged me.	25	17 %
	INSPIRED. I had no real plans to work with (strategic) design before, but the course inspired me to.	80	54 %
	DISCOURAGED. It was too much, and it has definitely prevented me from any future design plans.	3	2 %
	I have not thought about this - No idea.	41	28 %
		149	

Additional comments about the impact of the Strategic Design course on you (your choice of profession)?

Var veldig nyttig å samarbeide med studentar frå andre studium. Det er sjeldan (eller var i 2004... veit ikkje korleis det er no) at studentar frå ulike fag samarbeidar om oppgåver. Veldig lærerikt å sjå kor ulikt vi tenkte, noko som gjorde samarbeidet utfordrande og krevjande. Dette gjorde strategisk design til eit av dei mest matnyttige faga eg har tatt, då info (og i alle fall faga frå universitetet) var fjernt frå praksis og det verkele arbeidslivet. ### It gave me more confidence in why it is important to work with branding in a company, and work in a strategic way to sell products or communicate. Also the group work with people from very different backgrounds gave me a hint of how it is in the real world. ### It didn't impact my decision directly, but gave me broader competence that comes in handy from time to time. ### Skulle gjerne jobbet mer med strategisk design/grafisk design, men er for liten tilgang til jobber og for høyt nivå på søkerene i Volda og omegn. Har nettopp gått ca. 1år arbeidsledig og hatt ulike vikariat. I mange situasjoner og yrker har man mer eller mindre nytte av kunnskap om medie design. De fleste (iallefall private) virksomheter har nytte av kjennskap til strategisk design i forhold til PR og synlighet i markedet. ### Strategic Design was bad experience for me due to personal issues with group members. It was a very demotivating period. ### Som allerede fortalt - et alfa omega for det yrket som vi driver med. Ofte om ikke alltid, er vi med i dette arbeidet når sånt skal utvikles, og da trenger vi den basiskunnskapen ilag med alt det andre vi lærer, Kommunikasjon og Media - syns faktisk at det burde være obligatorisk, og ikke et valgfag... ### I had a change of heart - and went on to nursing when I left Volda. But if I ever return to work with media, strategic design is definitely my first choice in line of work. ### All the aspects of the course was interesting. I use what I learned in this class in my profession, but I don't give it any specific thoughts. I will use the knowledge from Strategic Design when making my own brand name. ### Hadde ein berre kunne valt litt meir arbeidsplass sjølve på øvste hylle, så hadde eg nok hatt ein jobb der strategisk design var meir tilstades i arbeidet enn det har i dag. ### I thought that it would have more common with public relations field, but the overall work on the magazine was fine, I learnt how to work with Adobe InDesign and that's the skill is important nowadays, so I appreciate I have taken this course, but I do not want to work as a designer, I always prefer communication field. In current position I work in, I used the knowledge of design when I work on web design, because I mainly work with social media and online stuff. The class has been my first step in shifting from journalism to a different occupational path. Though it has not yet been very defined, I am still actively using what I have learned during the course. ### I cannot say that what I do solely rely on my designer skills, in fact, I know that I could never be a fully fledged graphic designer. But I have learned the basics and what not to do (which is very important too) ### I hope in my future for a job where I could use my knowledge from Strategic Design course. ### Det gav meg mulighet til å jobbe med en del utenlandsstudenter, som var en bra opplevelse. Man tenker ikke over den språklige og kulturelle barrieren som er der, også mellom de fra andre europeiske land, men i gruppearbeidet jobbet vi mye med å gjøre oss forstått og kommunisere noe vi alle kunne stå inne for gjennom designarbeidet. ### I really enjoyed having strategic design, but I am very unsure about how you can have just one course in strategic design and then get a job within that field. Even though that is something that I wish to achieve. I should maybe then consider taking a MA degree. ### It was interesting to work with both foreign and domestic students in the same group, it really presented some cool challenges that we managed to work through. Also, it made the creative part of the course much more interesting. There was a lot of things we could learn from each other. Strategic design stands out from almost all of the other courses I took as the most valuable. Both personally and academically. ### I think my choice of profession so far has steered away from Strategic Design, at least the design part of it. But I still like that way of working, and I really like working on branding and how to build a good reputation. ### I still love using Photoshop/Illustrator and in-design :) ### I applied for the masters programme "IT Product Design" in Sønderborg, Denmark. And I got admitted :) ### "During the course I learned more about ""the course of things"". You have to complete all steps to create a great product, not just fling yourself into the designing. This has been a useful lesson in all parts of my career, not just the projects in designwork. ### broadened my mind ### I found it very important primarily because it is related to the fields of Publicity and Communication and since my main goal is to become a book editor, I will work at some point with designers in promoting my products and hopefully, my artistic input will be need. ### I really enjoyed that course. Thank you Thomas for what you do! ### Though it is not directly connected, but it returned me back to drawing and I have some future projects to make. ### In PR we learned new ways to advertise or tell the public about a product, an idea, a plan etc. Strategic Design helped me how to see more user groups for a product more easily! ### Its a good course. I feel like its one of the more usefull courses i took. ### While I enjoyed the Strategic Design course and found it to be one of the better courses at the school, I cannot say that it had much influence on my choice as profession, as I mostly work behind the scenes on web-pages. But, from time to time my experience from it is great in work-related discussions. ### It helped me to understand the Scandinavian approach to design and also it was my first real team project. ### What I liked about the course is in someways what I did not like about the course. For example I really enjoyed the group work, from the sense that as an Erasmus student it really brought us together with the Norwegian students in the class. It did however present the usual pitfalls of group work (some pulling their weight, some not, others working harder than others). Also because we were not all from the same study backgrounds, that let to it being a steep learning curb for some, but not so much for others. I also found myself being volunteered for all the presentations as the only English speaker in the group, which I did not mind but I did feel that the others were shying away from the public speaking. As my background is in visual media and not design I found the course challenging; I would be someone who appreciates good design but I'm not someone who has the skills to practice. ### Even though my university studies are not much design-focused, I was studying design on the high school and I hope to work somewhere in this area in the future and strategic design encouraged me in this. I am glad that I had the possibility to attend your course, because it was very valuable experience. My bachelor thesis was focused on advertising so I could use some of the obtained knowledge and the materials from both compendiums. Moreover, I think that Strategic Design is currently impossible to study in Czech republic and even in the Europe it is quite rare I would say, so your course offered us all with valuable information about it and I am very thankful for that :) ### Strategic Design had really encouraged me to work with it, but owing the circumstances I had no chance to work till today. But, if I have in the future, I have a great wish working on and/or in the field related with design. ### It helped me to be more confident about my skills. ### It sure was inspiring, but I found it a bit hard using what we learned during the theory lectures. ### So after Volda I moved to NKF in Oslo, where I get to learn theory by doing, and get to involve more personally as a designer when working on project: we may start as groups, but continue individually, and learn a lot from each other on rights and wrongs during the process and when we present our final projects for each assignment, but I certainly get a lot from documenting the whole process in a research and sketchingbook. ...Personally I feel strategic design was an ok start, but the teaching method didn't quite fit me. ### There is no relevant linkage between the Strategic Design class and my current job, nevertheless, the class itself was very useful and the knowledge inspires me a lot. ### Taught me a lot about the design processes, group dynamics and the importance of proper project presentations. The final report helped me get used to long written forms thus making my work on ba dissertation easier. ### Oppgaven med å promotere Norge som en Premium destinasjon var veldig inspirerende. Har i mange sammenhenger trukket frem igjen denne oppgaven. Jeg jobber også som lærer og har da brukt oppgaven som eksempel forarbeid i en kreativ prosess. At vi lagde nesten 100 idéskisser var veldig givende. ### Oppgaven har gjort meg mer nysgjerrig på reiseliv og destinasjonsutvikling. Kanskje noe jeg vil jobbe med i fremtiden :) ### Bra kurs, bra lærer(!) og "hjelpelærere". Kjekt med nye ansikt som hadde peiling på det de drev med, men som sagt litt for mye arbeid når man vil gjøre det bra i andre fag, så det var litt dumt. ### I am basically English and economics student. But due to the course I realized that marketing and strategic design is what I want to do in the future. ### I don't think that Strategic Design will have an impact on my choice of profession. I love design and I found more strategy than design in this course. I didn't really enjoy it. Well it was a good way to improve my english oral communication and experienced a multicultural group work. But I didn't feel really creative nor sensitive about this course. So I know that I won't work with a strategic design job, even though I would still like to work in relation with design. ### After the course I pretty much decided my future - be a graphic designer ### The teacher, Thomas Lewé was a big inspiration!! He inspired me to think outside the box. ### I already knew I wanted to become a graphic designer, but the course helped me understand the importance of conceptual and strategic thinking within design. Has helped me a lot in my current study ### I don't believe the course should encourage or discourage anyone to work with strategic design. The course didn't create realistic conditions of a strategy-creating project since the teams included inexperienced students. I mostly benefited from the theoretical and professional aspects of the lectures.

How do you update your knowledge about design / Strategic Design?			
I do not deal with...	I do not deal with design	32	21 %
I read books and ...	I read books and articles	84	56 %
I visit workshops...	I visit workshops and seminars	25	17 %
I meet other desi...	I meet other designers and employees working with design related tasks	35	23 %
I develop myself ...	I develop myself autodidactically	40	27 %
Other	Other	24	16 %
		240	160 %

Do you miss Volda :-)			
Yes - BADLY [103]	Yes - BADLY	103	69 %
Are you kidding? NOOO [4]	Are you kidding? NOOO	4	3 %
Won't tell you :-P [42]	Won't tell you :-P	42	28 %
		149	

What study program(s) are you currently working on (BA, MA, PHD)?

- 11x Media, IKT and Design, BA, Volda
- 3x PR, media and communication, BA, Volda
- Journalism, MA, Volda
- Documentary film, MA, Volda
- 3x BA, Journalism

- Advanced Product Design, MA, Umea Institute of Design, Sweden
- Graphic Design, BA, Swansea Metropolitan University
- DSAA Design and Strategie of Communication, MA, Estienne, Paris
- Film Production, BA, NISS
- Communication, MA, Trinity Washington University, USA
- Graduated from Georgetown University, DC, USA, Digital Media Management
- Multimedia Production, BA, Fachhochschule Kiel
- Film and media, BA, Kaposvar University
- Marketing Communications, MA, Zlín Thomas Bata University
- Journalism, BA, Alexandru Ioan Cuza University, Iasi, Romania
- Media communication, BA, Jan Amos Komensky University
- Journalism and Social Communication, MA, University of Wroclaw
- Media and Peace Studies, PHD, "Alexandru Ioan Cuza" University, Romania
- Public Relations, MA, "Alexandru Ioan Cuza" University of Iasi, Romania
- Culture and communication, BA, University of Oslo
- Norwegian School of Photography (Fagfotograf ved Norsk Fotofagskole, 2 årig)

- Nursing, BA, Oslo Diakonale Høgskole
- Psychology, UIO - subjects only (no degree)
- Lektorprogrammet, MA, Universitetet i Oslo
- Bachelor Eiendomsmegling
- English for business administration, BA, Thomas Bata University in Zlin
- Scandinavian studies, BA, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
- Tourism and Hotel Management (Research Assistant), PHD, University of Anadolu, Turkey
- Economic and Administration, BA, Ålesund University College
- Sosialantropologi, BA, Universitetet i Tromsø
- BA Intercultural relations

- MA, Czech republic
- MA
- BA

What study program(s) have you previously graduated in (BA, MA, PHD)?

Cand.mag i medievitenskap, statsvitenskap og psykologi, NTNU ### Informasjon, HVO ### BA Media, ICT and Design, Volda University College ### PPU, Nord-Trøndelag University College ### Arts History, NTNU ### Multimedial journalism, Bodø University College ### MA Creative Industries: Creative Production and Arts Management ### Media, IKT og Design, BA, Volda University College ### Bachelor, informasjon ### Media, ICT and Design, BA ### Cultural Anthropology, MA, University of Pécs, Hungary ### English Teacher Training, MA, University of Pécs, Hungary ### PR & media, BA, Volda University College ### Bachelor Media, IKT og design, Høgskulen i volda ### Media, IKT og design, BA, Volda U.C. ### PPU (pedagogy), years degree, Volda U.C. ### Media & Journalism, BA, University of East Anglia ### Informasjon, units at BA, Volda University College ### Samfunnsplanlegging og ledelse, units at MA, Volda University College ### Merkevarerledelse, unit at MA, Ålesund University College ### Communication and Media science ### PR, Kommunikasjon og Media, BA, Høgskulen i Volda ### Bachelor in Media, ikt og design in Volda University College ### Graphic Design, Bachelor, ESAAT, Roubaix, France ### Media, ikt, design, BA, Volda University College ### Media, IKT og design, BA, Høgskulen i Volda ### Media ICT, and Design at Volda University College ### Film and television science Year study at Lillehammer University College ### Media, IKT og Design, BA, Volda University College ### Informasjon og Media, BA, Volda University College. Unfinished, 1-2 years ### Film and video production MA, West London University ### Massmedia Communication, BA, Jan Amos Komensky University in Prague, Czech Republic ### Journalism and Sciences of Communication, Al.Ioan Cuza University Iasi ### MID ### Media ICT & Design BA, Volda University College ### Media, IKT og Design, BA, Høgskulen i Volda ### Media, IKT & Design BA, Volda University Collage ### BA, Czech republic ### Marketing Communications, BA, Zlín Thomas Bata University ### Journalism, Master degree, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza ### Journalism, Bachelor Degree, Universitatea "Alexandru Ioan Cuza ### Bachelor in Media, Communication and ICT at Volda University College ### Media and marketing communication, BA, Thomas Bata University in Zlin ### Journalism and Sciences of Communication, BA, Alexandru Ioan Cuza University, Iasi, Romania ### Editorial techniques of production in press, audiovisual and multimedia, MA, Alexandru Ioan Cuza University, Iasi, Romania ### Bachelor Degree ### Media, IKT og Design, BA, Høgskulen i Volda ### none ### Photo- and journalism, BA-level subjects but not a full degree, Gateway College, New York ### PR, communications and media, BA ### MID, BA, Volda University College ### Media, ICT and Design, BA, Volda University College ### Media, IKT og Design, BA, Volda University college ### MID - Media, IKT og Design BA, Volda University College ### INFORMASJON ### Journalism, "Alexandru Ioan Cuza" University, Iasi, Romania ### Media communication, BA, Jan Amos Komensky University ### Media, IKT an Design, BA, Volda University College ### Journalism and Communication Sciences, BA, "Alexandru Ioan Cuza" University, Romania ### Human Relations and Communication, MA, "Alexandru Ioan Cuza" University, Romania ### Mediation of Conflicts, MA, "Alexandru Ioan Cuza" University, Romania ### Media, ICT & design, Volda University College ### Media, IKT og Design, Volda University College ### Journalism and Social Communication, BA, University of Wroclaw ### Journalism, BA, Griffith College Dublin ### Business and Marketing, BA, Waterford Institute of Technology ### BA, humanities (English language for business administration) at Tomas Bata University in Zlin, Czech Republic ### Journalism, BA, Volda University College and Jan Amos Komensky University Prague ### Journalism, BA, "Alexandru Ioan Cuza" University of Iasi, Romania ### PR, Communication and media, BA, Volda University College ### Media Studies, Technique of Media, Fine Arts ### Media, ICT & Design, BA, Volda University College ### Media ICT and design ### Media, IKT & Design ### Media IKT og Design, Høgskulen i Volda ### English for business administration, BA, Thomas Bata University, Zlin - CZE ### Management and Marketing, MA, Thomas Bata University, Zlin - CZE ### Media, ikt og design, BA, Volda university college ### Media, IKT og Design ### Industrial Product Design, BA, Mimar Sinan Fine Arts University, Turkey ### BA, MID ### Journalism, BA University of Kaposvár ### I havent graduated from Volda University College, i graduated from Anadolu University Turkey ### Media, ICT and design, BA, Volda University College ### Media, ICT and Design, BA, Colda university college ### Journalism and visual media, BA, Griffith college ### Broadcast production for television and radio, MA, Institute of art and design technology (IADT, Dun Laoighre) ### Documentary film, MA, Volda University College ### Advertising & Public Relations, BA, Anadolu University ### Media, ICT&Design, BA (Non-Programme), Volda University College ### Media IKT og design, BA, Volda University College ### Media communication, Literary Academy, Prague ### Macdesign, 1-year, Norges Kreative Fagskole Oslo ### Social and Mass Communication, BA, Jan Amos Komensky University, Czech Rep. ### International Relations and European Studies, MA, Metropolitan University Prague, Czech Rep. ### Corporate Identity, BA, Wroclaw University ### MA ### Magister in Media Studies, HbK Braunschweig ### Strategisk Design ### Nye medier ### Journalism and Media, BA, Volda University College ### Journalism and media, BA, University of Wroclaw" ### Economy, BA, BI Oslo ### Visual Communication, BA, Ecole Supérieure des Arts Appliquées et Textile (ESAAT) of Roubaix, France ### Visual communication, BA, Volda University College ### Strategic Design, BA, Volda University College ### Culture Management with specialization in Photography, BA, Latvia Culture College ### nothing ### Media, IKT and Design, BA ### Media Ikt og Design, BA, Volda University College ### BA - finished - Business Administration ### industrial product design, mimar sinan fine arts univercity ### Media, ICT & Design, BA, Volda University College ### BA ### International business relation, BA, Wroclaw University of Economics

What study program(s) do you plan to enroll in, if any (BA, MA, PHD)?

Possibly a PHD within Arts Management ### MA ### Psychology (MA), Law or Scandinavian studies ### Ikke noen enda, måtte den riktige mastergraden dukke opp først ### Maybe BA Graphic Design, Westerdahls or MA medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi, NTNU or MA, Høgskolen i Oslo ### MA Økologisk Økonomi ### BA in Hotel Management or BA in Business Administration ### Ph.D ### Documentary film director, MA, University of Theatre and Film, Budapest ### Samfunnskommunikasjon, MA, Universitetet i Agder ### None at the moment. ### IT Product Design, Syddansk University ### Journalism or Science of Communication MA, Bucuresti University, Bucuresti, Romania ### Management and marketing, MSc, Thomas Bata University in Zlin ### Marketing communications, MA, Thomas Bata University in Zlin ### European Literature and Culture, MA, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg ### MA, Literature, Universitet i Bergen. ### Media communication, MA, Jan Amos Komensky University ### MA ### MA, management and marketing in London ### none ### MSocSc in Management of Creative Business Processes, MA, Copenhagen Business School ### Filmvitenskap, MA, University of Copenhagen ### Master in Documentary, Volda University College ### double degree in Applied Economics and English Language, MA, Palacký University or English with Focus on Interpreting and Translating, MA, Palacký University or Marketing and Management, MA, Tomas Bata University ### Markedføring master ### International Relations and European Studies, PHD, Metropolitan University Prague, Czech Rep. ### PHD ### Marketing communications, MA, Tomas Bata University ### Graphic Design (focused on editorial), MA, Paris. ### Journalism, MA, Charles University in Prague ### MA in Motion graphics somewhere outside norway. ### none ### MID ### Media and Design, BA, Volda University College

Nr. 51

RAPPORT

Thomas Lewe

MD201 STRATEGIC DESIGN
VED HØGSKULEN I VOLDA