

Budsjettposter	2018
<b>Formidling/kommunikasjon/profilering</b>	<b>124 000</b>
<i>Fremming av saker i sosiale medier</i>	<i>5 000</i>
<i>Deltakelse på kurs, konferanser etc</i>	<i>44 000</i>
<i>Innkjøp profileringsartikler</i>	<i>30 000</i>
<i>Design og trykk av div brosjyremateriell etc.</i>	<i>30 000</i>
<i>Fotoutstyr /programmer/materiell til journalistisk virksomhet</i>	<i>15 000</i>
<b>Alumnivirksomhet</b>	<b>70 000</b>
<i>Drift Alumniportalen (også dekke lunsj, avg etc alumnikonferanse)</i>	<i>50 000</i>
<i>Alumnikonferansen- arrangementet</i>	<i>20 000</i>
<b>Infoskjermer</b>	<b>36 000</b>
<i>Vedlikehold eksisterende skjermer (9000,- pr skjerm * 4 skjermer) *)</i>	<i>36 000</i>
<b>3 dagers formidlingskurs for phd' er og evt. forskere</b>	<b>100 000</b>
<i>Midler til innleide forelesere. Holdes 2 ganger per år.</i>	<i>100 000</i>
<b>Diverse</b>	<b>65 000</b>
<i>Lønn studentansatte i forbindelse med arrangementer, for eksempel forskningsdagene</i>	<i>40 000</i>
<i>Innkjøp utstyr forskningsdagene</i>	<i>25 000</i>
<b>Totalt</b>	<b>395 000</b>

\*) eget tiltak: 470018

Kurs og konferanser er primært deltakelse på Webdagene og NUAS konferansen.

Innkjøp profileringsartikler gjøres i samarbeid med rekrutteringsansvarlig, men det må tas høyde for gaveartikler til bruk for fakultetet til gjester etc. Dette har vært satt på vent i forhold til hvorvidt fakultetet forble fakultetet, og det er nå behov for å fylle på igjen med slike artikler.

Design og trykk av strategi og brosjyremateriell som må oppdateres i løpet av året, gjennomføres gjennom HSL-trykkeriet.

Fakultetet har overtatt driften av alumninettverket og nå også alumnikonferansen. Det bør derfor tas høyde for økt behov for midler til denne driften fremover. Alumniportalen i regi av UiT er fremdeles ikke i reell drift, og det er så langt det er mulig å avgjøre nå usikkert når denne vil være operativ. Jurfaks del fungerer og kan tas i bruk, men før øvrige fakulteter er på plass, vil det ikke være hensiktsmessig å bruke økte ressurser på dette.