

Sakområde: Kommunikation och media

Dokumenttyp: Måldokument/strategi  
Beslutsfattare: Fakultetsnämnden VH  
Avdelning/kansli: Kommunikationsavd  
Handläggare: Charlotta Lantz

Beslutsdatum: 2017-12-05  
Träder i kraft: 2017-12-05  
Giltighetstid: 2019-12-31  
Bör uppdateras före: 2019-12-01

Ev dokument som upphävs:

Bilaga till: Fakultetsnämndens protokoll 2017-12-05 § 221

## Kommunikationsplan för fakulteten för veterinärmedicin och husdjursvetenskap

### 1. Bakgrund

VH-fakulteten ansvarar för forskning och utbildning inom områdena veterinärmedicin, djuromvårdnad och husdjursvetenskap.

Fakultetens medarbetare ska gemensamt arbeta för att förverkliga fakultetens vision och mål med bas i [fakultetens strategi](#). För att det ska lyckas krävs en god kommunikation både internt och externt. Kommunikationsplanens syfte är att klargöra hur kommunikationsarbetet ska bedrivas inom fakulteten.

Kommunikationsplanen gäller i tre år och revideras sedan. Till kommunikationsplanen hör även en aktivitetsplan som revideras årligen.

VH:s kommunikationsplan är baserad på SLU:s övergripande styrdokument för kommunikation; strategi, policy, varumärkesplattform och grafiska profil. Utveckling sker kontinuerligt via kommunikationsavdelningens arbete med strategi och organisation.

Nulägesanalys för respektive avsnitt finns som bilaga.

### 2. Internkommunikation

Fakulteten för veterinärmedicin och husdjursvetenskap har 398 helårsarbetskrafter (Bokslut 2016). Varje medarbetare ska kunna hitta viktig och relevant information om verksamheten vid fakulteten och relevant information för att utföra sitt eget arbete.

## 2.1. Syfte

En väl fungerande intern kommunikation är en förutsättning för en god utveckling av VH-fakulteten som arbetsplats, forsknings- och utbildningsmiljö.

Kommunikationsplanens syfte är att tydliggöra de kanaler som finns för internkommunikation och hur de ska användas.

## 2.2. Mål

- Chefer och medarbetare vid VH-fakulteten känner till både SLU:s och fakultetens övergripande mål och verksamhet.
- Alla chefer och medarbetare känner till och hittar till de kanaler som används för internkommunikation
- Alla medarbetare hittar den information från fakulteten som de förväntar sig kunna ta del av
- Medarbetare vid VH är orienterade om den forskning och utbildning som förekommer vid fakulteten och vet vart de kan hämta mer information om planerad och pågående verksamhet inom fakulteten
- Ett ökat nyhetsflöde mellan institutionerna
- En ökad gemensamhetskänsla

## 2.3. Målgrupper

1. Chefer och medarbetare inom VH-fakulteten
2. Studenter

## 2.4. Ansvar

**Dekan**, prodekan vicedekaner och fakultetsdirektör ansvarar för övergripande kommunikation till chefer, medarbetare och studenter.

**Varje chef** ansvarar för information inom den egna verksamheten, både till anställda och studenter, och förväntas även vara en informativ företrädare för sitt ansvarsområde i olika kontakter. Cheferna har också ett ansvar att informera andra enheter, dekanus och kommunikationsavdelningen om viktiga händelser inom verksamheten, t ex politikerkontakter, presseevenemang, forskningsresultat och externa besökare av dignitet.

**Varje medarbetare och student** har ansvar att aktivt söka information som rör det egna arbetet. Information som är av allmänt intresse ska delas med andra medarbetare och studenter. Information och förslag ska föras vidare till närmsta chef.

## 2.5. Kommunikationsstrategier

Viktigast är att skapa **rutiner** och **standardiserade kanaler** för olika typer av information. Det vi kommunicerar inom fakulteten är huvudsakligen av informationskaraktär, det vill säga envägskommunikation, med en avsändare som har intresse eller behov av att informera mottagaren. Mottagaren ska även själv ha möjlighet att hitta informationen.

Arbetet är långsiktigt och innebär även insatser för att få alla medarbetare att bli vana med de nya kanalerna och rutinerna.

## 2.6. Tillgängliga kanaler

Tillgängliga kanaler för internkommunikation på VH-fakulteten:

- E-post inklusive sändlistor och möjlighet att skicka ut t ex dekanbrev (information som ska leva över tid ska inte endast skickas med e-post, utan alltid läggas på medarbetar-/studentwebben och länkas dit i eventuellt e-postutskick)
- Medarbetarwebb inklusive kalendarium och nyhetsnotiser som även kan delas på andra enheters sidor.
- Informationsskärmar på VHC
- Nyhetsbrev (VH-nytt)
- Skype
- Protokolldatabasen
- Anslagstavlor och flyers i gemensamma utrymmen
- Personaltidningen Resurs på webben
- Verbal eller skriftlig information, från ledning/chefer till medarbetare eller vice versa, möten (allt från enhetsmöten, stormöten, t ex fakultetskonferens och, informella möten t ex lärar- och forskarluncher) till diskussionsgrupper och workshops.
- Studentwebben

Målgrupp	Kanal(er)
<b>Chefer och medarbetare inom VH-fakulteten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-post inklusive sändlistor och möjlighet att skicka ut t ex dekanbrev (information som ska leva över tid ska inte endast skickas med e-post, utan alltid läggas på medarbetarwebben och länkas dit i eventuellt e-postutskick)</li> <li>• Medarbetarwebb inklusive kalendarium och nyhetsnotiser som även kan delas på andra enheters sidor.</li> <li>• Informationsskärmar på VHC</li> <li>• Nyhetsbrev (VH-nytt)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Skype</li><li>• Protokoll databasen</li><li>• Anslagstavlor och flyers i gemensamma utrymmen</li><li>• Personaltidningen Resurs på webben</li><li>• Verbal eller skriftlig information, från ledning/chefer till medarbetare eller vice versa, möten (allt från enhetsmöten, stormöten, t ex fakultetskonferens och, informella möten t ex lärar- och forskarluncher) till diskussionsgrupper och workshops.</li></ul>
<b>Studenter</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Studentwebben</li><li>• E-post inklusive sändlistor (information som ska leva över tid ska inte endast skickas med e-post, utan alltid läggas på studentwebben och länkas dit i eventuellt e-postutskick)</li><li>• Informationsskärmar på VHC</li><li>• Anslagstavlor och flyers i gemensamma utrymmen</li><li>• Verbal eller skriftlig information</li></ul>

För en mer detaljerad beskrivning av SLU-gemensamma kanaler för internkommunikation, se [kommunikationsavdelningens kanalbeskrivningar på medarbetarwebben](#).

## 2.7. Information från fakultetsledning

**Exempel på information:** Beslut från nämnder, utskott, kommittéer, osv, tider för nämndernas möten, länkar till protokoll. Information från finansieringsspaning gällande bidrags- och anslagsansökningar och tips och rådgivning vid ansökningar mm.

**Primära kanaler:** E-post, publicering på medarbetarwebben inklusive länkar till protokoll databasen, samt ibland i VH-nytt.

## 2.8. Information från verksamheterna

**Exempel på information:** Disputationer, seminarier, forskningsresultat, förfrågningar om samarbeten.

**Primära kanaler:** Publicering på medarbetarwebben, VH-nytt, informationsskärmar på VHC och e-postlistor.

### 3. Externkommunikation

Att informera om fakultetens, inkl institutionernas verksamhet, såväl inom forskning som inom utbildning, och interaktioner ut i samhället med näringsliv och organisationer är en överlevnadsfråga. I kommunikationsarbetet ingår att utforma strategier och metoder för kommunikation och aktivt arbeta för att identifiera och nå de olika målgrupperna för att berätta om vad fakulteten står för och vad vi arbetar med.

En professionell webbnärvaro är av högsta vikt för att förmedla information om fakultetens aktiviteter. Det ställs därför höga krav på att den information som finns där håller hög kvalitet och är lätt att navigera. Webben ska uppdateras regelbundet, ha god språklig kvalitet vara sökmotoroptimerad. Varje institution/motsvarande har utsedda webbredaktörer som ansvarar för respektive enhets webb.

Vid konstruktion av webbsidor ska SLU:s webbplattform användas. Vi ska sträva efter att vår information även finns tillgänglig på engelska.

#### 3.1. Allmän information/marknadsföring av SLU och VH-fakulteten

##### *Mål*

Samtliga medarbetare vid VH, ska känna sig och verka som ambassadörer för hela SLU och den forskning och utbildning som bedrivs vid universitetet.

Trycksaker och gemensamt basmaterial med information om fakulteten ska revideras regelbundet. Materialet ska innehålla basfakta med korta texter och bilder och kunna modifieras och anpassas efter behov för presentation digitalt och i tryckt form. Av hänsyn till miljön ska tryckt material användas sparsamt.

VH-fakulteten ska synas utåt som en attraktiv arbetsplats så att vi kan attrahera högt kvalificerade och produktiva medarbetare.

##### *Målgrupper*

- media
- potentiella finansiärer och samarbetspartners som forskningsråd, enskilda företag, organisationer, myndigheter, privata och offentliga organisationer och regionala myndigheter t ex kommuner, regioner och länsstyrelser.
- arbetssökande
- lärare, föräldrar, studenter och skolungdom

##### *Ansvar*

Ytterst är det varje medarbetares ansvar att medverka till att den verksamhet som bedrivs vid fakulteten förs ut till alla andra aktörer i samhället, lokalt, nationellt och internationellt, på ett ansvarsfullt och korrekt sätt (tredje uppgiften).

Institutioner har eget ansvar för sin kommunikation på webben och i andra kanaler. Alla ska eftersträva att detta sker på ett professionellt sätt och för att detta ska uppnås bör man sträva efter att ha utbildade kommunikatörer.

Fakultetens kommunikatör har ansvar för att motivera medarbetarna till att aktivt omvärldsbevaka och se till att kommunikationsinsatser genomförs på ett genomtänkt och strategiskt sätt så långt det är möjligt. I detta ingår även att lyfta fram de verksamheter som ska prioriteras enligt SLU:s och fakultetens strategi.

### *Kanaler*

- Externwebben: [www.slu.se](http://www.slu.se) och [www.slu.se/vh](http://www.slu.se/vh)
- Facebooksidan Forskning om veterinärmedicin och husdjursvetenskap (<https://www.facebook.com/forskningVH>)
- Allmänt informationsmaterial om hela SLU (i tryckt form och presentationer digitalt)
- Specifikt informationsmaterial om VH-fakulteten och dess verksamheter (i tryckt form, digitala presentationer m m)
- I samarbete med kommunikationsavdelningen centralt delta i diverse kommunikationsinsatser för hela SLU
- Egna pressmeddelanden
- Presskontakter
- Öppet hus (information om utbildning och forskning för olika målgrupper)
- Deltagande på mässor
- Debatter i media, seminarier m m
- Studentwebben

Målgrupp	Kanal(er)
<b>Media</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Egna pressmeddelanden</li> <li>• Presskontakter</li> <li>• I samarbete med kommunikationsavdelningen centralt delta i diverse kommunikationsinsatser för hela SLU</li> <li>• Facebooksidan Forskning om veterinärmedicin och husdjursvetenskap (<a href="https://www.facebook.com/forskningVH">https://www.facebook.com/forskningVH</a>)</li> <li>• Externwebben: <a href="http://www.slu.se">www.slu.se</a> och <a href="http://www.slu.se/vh">www.slu.se/vh</a></li> <li>• Öppet hus (information om utbildning och forskning för olika målgrupper)</li> </ul>
<b>Potentiella finansiärer och samarbetspartners</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deltagande på mässor</li> <li>• Debatter i media, seminarier m m</li> </ul>

<p><b>som forskningsråd, enskilda företag, organisationer, myndigheter, privata och offentliga organisationer och regionala myndigheter t ex kommuner, regioner och länsstyrelser.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebooksidan Forskning om veterinärmedicin och husdjursvetenskap (<a href="https://www.facebook.com/forskningVH">https://www.facebook.com/forskningVH</a>)</li> <li>• Externwebben: <a href="http://www.slu.se">www.slu.se</a> och <a href="http://www.slu.se/vh">www.slu.se/vh</a></li> <li>• Specifikt informationsmaterial om VH-fakulteten och dess verksamheter (i tryckt form, digitala presentationer m m)</li> </ul>
<p><b>Arbetssökande</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Externwebben: <a href="http://www.slu.se">www.slu.se</a> och <a href="http://www.slu.se/vh">www.slu.se/vh</a></li> <li>• Facebooksidan Forskning om veterinärmedicin och husdjursvetenskap (<a href="https://www.facebook.com/forskningVH">https://www.facebook.com/forskningVH</a>)</li> </ul>
<p><b>Lärare, föräldrar, studenter och skolungdom</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studentwebben</li> <li>• Öppet hus (information om utbildning och forskning för olika målgrupper)</li> <li>• Facebooksidan Forskning om veterinärmedicin och husdjursvetenskap (<a href="https://www.facebook.com/forskningVH">https://www.facebook.com/forskningVH</a>)</li> <li>• Allmänt informationsmaterial om hela SLU (i tryckt form och presentationer digitalt)</li> <li>• I samarbete med kommunikationsavdelningen centralt delta i diverse kommunikationsinsatser för hela SLU</li> <li>•</li> </ul>

### 3.2. Rekrytering till utbildningsprogram, kurser, fort- och vidareutbildning

#### *Mål*

VH-fakultetens utbildningsprogram ska vara väl kända hos alla de samhällsgrupper som kan utgöra studentunderlag såväl på Ultuna som på distans, och även vad gäller kompetensutveckling och fortbildning. Ett mål för SLU som helhet är att åtgärda den brist på mångfald som finns bland studenterna. Ett mål för VH-fakulteten är att öka söktrycket på programmen inom husdjursvetenskap, främst husdjursagronomprogrammet.

### Målgrupper

- gymnasister, komvuxstuderande, studerande vid andra lärosäten (nationellt och internationellt inkl folkhögskolor)
- studievägledare (grundskola, gymnasieskola och högskola),
- lärare, grundskolelever och föräldrar
- yrkesverksamma med examina från SLU men även från andra tekniska,
- naturvetenskapliga och biologiska utbildningar,

### Ansvar

SLU har en central studentrekryteringsenhet. Det är i huvudsak den centrala studentrekryteringsenheten som ansvarar för planering och genomförande av studentrekryteringsinsatser generellt för alla utbildningsprogram vid SLU. För att detta ska fungera effektivt krävs samarbete och samordning mellan SLU centralt och VH-fakulteten.

VH-fakultetens utbildningsansvariga/programkoordinatorer, handläggare, studievägledare och kommunikatörer ska bistå med faktaunderlag och granska informationsmaterial så att korrekt information om utbildningarna marknadsförs både nationellt och internationellt.

VH-fakultetens vicedekan för utbildning på grundnivå och avancerad nivå, utbildningsansvariga/programstudierektorer, handläggare, studievägledare och kommunikatörer ska även själva initiera och komplettera med kommunikationsaktiviteter lokalt och aktivt delta i planeringsarbetet centralt.

### Exempel på kanaler

- utbildningsmässor och vissa fackmässor, studentambassadörer
- i nära samarbete mellan kommunikationsavdelningen, studentambassadörer, kansli och institutioner ta emot studiebesök, låta intresserade vara ”student för en dag” och arrangera öppet-hus-aktiviteter,
- riktade/särskilda insatser för VH-fakultetens utbud
- specifikt informationsmaterial om utbildningarna
- extern- och studentwebben
- presskontakter
- arbeta med insatser mot målgrupper som ett led i arbetet att minska social snedrekrytering och öka mångfalden inom fakulteten (breddad rekrytering).

Målgrupp	Kanal(er)
<b>Gymnasister, komvuxstuderande, studerande vid andra lärosäten (nationellt och internationellt inkl folkhögskolor)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• utbildningsmässor och vissa fackmässor, studentambassadörer</li> <li>• i nära samarbete mellan kommunikationsavdelningen, studentambassadörer, kansli och</li> </ul>



	<p>institutioner ta emot studiebesök, låta intresserade vara ”student för en dag” och arrangera öppet-hus-aktiviteter,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• riktade/särskilda insatser för VH-fakultetens utbud</li> <li>• specifikt informationsmaterial om utbildningarna</li> <li>• extern- och studentwebben</li> <li>• arbeta med insatser mot målgrupper som ett led i arbetet att minska social snedrekrytering och öka mångfalden inom fakulteten (breddad rekrytering).</li> </ul>
<b>Studievägledare (grundskola, gymnasieskola och högskola),</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• specifikt informationsmaterial om utbildningarna</li> <li>• riktade/särskilda insatser för VH-fakultetens utbud</li> </ul>
<b>Lärare, grundskolelever och föräldrar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• extern- och studentwebben</li> <li>• specifikt informationsmaterial om utbildningarna</li> <li>• riktade/särskilda insatser för VH-fakultetens utbud</li> <li>• utbildningsmässor och vissa fackmässor, studentambassadörer</li> </ul>
<b>Yrkesverksamma med examina från SLU men även från andra tekniska, naturvetenskapliga och biologiska utbildningar,</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• extern- och studentwebben</li> <li>• riktade/särskilda insatser för VH-fakultetens utbud</li> <li>• utbildningsmässor och vissa fackmässor, studentambassadörer</li> <li>• specifikt informationsmaterial om utbildningarna</li> </ul>

### 3.3. Forskningskommunikation och FOMA

#### *Mål*

- VH-fakultetens, inklusive institutionernas verksamhet inom forskning ska vara väl känd såväl nationellt som internationellt. Det ska finnas tydliga

informationskanaler på webben och kontaktytor där omgivande samhälle kan få information om fakultetens, inklusive institutionernas verksamhet och kontakt med företrädare och medarbetare vid fakulteten.

### *Målgrupper*

- yrkesverksamma inom fakultetens, inklusive institutionernas ansvarsområden, forskarkollegor nationellt och internationellt,
- potentiella finansiärer och samarbetspartners som forskningsråd, andra lärosäten och forskare, enskilda företag, organisationer, myndigheter, privata och offentliga organisationer och regionala myndigheter t ex kommuner, regioner och länsstyrelser,
- allmänhet, lärare, föräldrar, studenter och skolungdom,
- media

### *Ansvar*

Forskningskommunikation är i första hand en uppgift för den enskilda forskaren och institutionen (tredje uppgiften). Kommunikatörer på olika nivåer ska vara stöd för forskaren och ge råd i det arbetet. För att detta ska fungera optimalt bör alla institutioner sträva mot att ha egna kommunikatörer. VH:s kommunikatör ska i samråd med fakultetens forskningssekreterare initiera strategiska kommunikationsinsatser för att förstärka fakultetens och forskarnas position vid anslagsansökningar. Fakultetskommunikatören har inte ansvar för kommunikation på enskilda institutioner, projekt, samarbeten osv.

Djurslagskommittéerna ska understödja spridning av forskningsinformation inom respektive område. Dekanen för samverkans och samverkanslektorernas arbetsuppgifter angränsar också tydligt till forskningsinformation och spridning av fakultetens forskningsresultat.

Forskande personal ska vara aktiva i att föra ut forskningsresultat på det nationella och internationella planet. Detta sker främst genom publicering i olika typer av tidskrifter och presentationer på konferenser och mässor. Forskningsinformationen är ett viktigt bidrag till samhälls- och kulturdebatten. Genom att föra ut forskningsresultat, både på svenska engelska, kan bilden av fakultetens, inklusive institutionernas verksamhet synliggöras.

För att säkerställa bästa möjliga kvalitet och effekt av kommunikationsinsatser bör det finnas en övergripande koordination. Därför ska fakultetens kommunikatör ha kännedom om aktiviteterna, varför denne bör informeras om pågående och planerade aktiviteter. I de fall kommunikatörer och webbpublicerare finns på institutionerna har dessa ansvar för att hålla fakultetskommunikatören informerad. I annat fall är det prefektens ansvar att sköta denna kontakt.

### *Exempel på kanaler*

- Information på webben

- VH-fakultetens Facebooksida ”Forskning om veterinärmedicin och husdjursvetenskap, SLU”
- Nyhetsbrev
- Publikationer och publiceringar
- Pressmeddelanden
- Presskontakter, Expertsvar, debatt (nyckelpersoner)
- Konferenser
- Kurser
- Politikerveckan i Almedalen
- Mässor, t ex Elmia Lantbruk, Borgeby fältdagar, m fl
- Aktiviteter genom t ex Vetenskapsrådet såsom Forskarfredag och Forskar Grand Prix
- Wikipedia – publicera faktabaserad kunskap på nätet

Målgrupp	Kanal(er)
<b>Yrkesverksamma inom fakultetens, inklusive institutionernas ansvarsområden, forskarkollegor nationellt och internationellt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information på webben</li> <li>• Nyhetsbrev</li> <li>• Konferenser</li> <li>• Mässor, t ex Elmia Lantbruk, Borgeby fältdagar, m fl</li> <li>• Publikationer och publiceringar</li> <li>• Kurser</li> </ul>
<b>Allmänhet, media, lärare, föräldrar, studenter och skolungdom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information på webben</li> <li>• VH-fakultetens Facebooksida ”Forskning om veterinärmedicin och husdjursvetenskap, SLU”</li> <li>• Aktiviteter genom t ex Vetenskapsrådet såsom Forskarfredag och Forskar Grand Prix</li> <li>• Wikipedia – publicera faktabaserad kunskap på nätet</li> </ul>
<b>Potentiella finansiärer och samarbetspartners som forskningsråd, andra lärosäten och forskare, enskilda företag, organisationer, myndigheter, privata och offentliga organisationer och regionala myndigheter t ex kommuner, regioner och länsstyrelser</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information på webben</li> <li>• Mässor, t ex Elmia Lantbruk, Borgeby fältdagar, m fl</li> <li>• VH-fakultetens Facebooksida ”Forskning om veterinärmedicin och husdjursvetenskap, SLU”</li> <li>• Nyhetsbrev</li> </ul>
<b>media</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pressmeddelanden</li> </ul>

- Presskontakter, Expertsvar, debatt (nyckelpersoner)

### 3.4. Mediakontakter

#### *Mål*

- VH-fakulteten ska ha goda kontakter med media, både nyhets- och fackpress.

#### *Ansvar*

Pressuttalanden som rör SLU och fakulteten övergripande görs av dekan, prodekan och vicedekaner, fakultetsdirektör eller kommunikatör. Frågor som rör institutioner eller motsvarande handhas i första hand av prefekt eller projektansvarig i samråd med VH:s kommunikatör. Pressutskick handhas i första hand av kommunikationsavdelningen.

Fakultetens kommunikatör ska proaktivt arbeta för att strategiskt viktiga nyheter når pressen.

#### *Exempel på kanaler*

Kommunikationsavdelningen arbetar aktivt med kontakter med media genom att kontinuerligt skicka information till pressen om t ex nyheter, forskningsresultat, disputationer, nya kurser och utbildningar. Information och kontakter sker främst genom utskick över e-post, och genom pressmeddelande på webben, i pressrum och medarbetarwebben.

### 3.5. Krishantering

Vid krissituationer är kommunikation och information oerhört viktigt. Ansvaret för krissituationer organiseras centralt av enheten SLU Säkerhet. Om situationen berör SLU som myndighet som föranleder aktivering av någon av [SLU Säkerhets](#) krisgrupper styr krisgruppen krisarbetet och då även kommunikationen.

Kommunikationsavdelningen finns representerade i krisgrupperna.

Fakultetsdirektören är huvudansvarig för krishantering operativt på fakultetsnivå och är underställd säkerhetschefen. Dekan ansvarar för att den övriga verksamheten - forskning, undervisning - kan fortlöpa på bästa möjliga sätt i händelse av kris.

De kommunicerar i sin tur med prefekter, fakultetskommunikatör och motsvarande som i sin tur har sina kommunikationsvägar inom institution eller enhet.

En situation inom fakulteten (t ex dödsfall av anställd/student etc.) hanteras kommunikationen i första hand av prefekt, fakultetsdirektör och dekan i samråd med fakultetskommunikatör och/eller experter på området på

kommunikationsavdelningen. SLU:s säkerhetschef rekommenderar att situationen alltid stäms av med kommunikationsavdelningen.

### 3.6. Grafisk profil

SLU:s grafiska profil beslutas av styrelse och rektor och det finns särskilt dokument för hur den grafiska profilen skall följas på Medarbetarwebben under fliken Stöd och service/Kommunikation. Fakulteten följer SLU:s grafiska profilprogram.

### 3.7. Uppföljning och utvärdering

Vid årsskiftet 2017-2018 (eller senast 28 februari 2018) gör fakultetskommunikatören en avstämning av samtliga aktivitetspunkter under punkt 5 Aktivitetsplan 2017. Därefter reviderar fakultetskommunikatören och forskningssekreterarna kommunikationsplanen tillsammans med nya aktivitetspunkter för 2018, vilken sedan stäms av med dekangruppen.

## 4. Aktivitetsplan 2017

### 4.1. Internkommunikation

*Rutin för spridning av information från nämnder, utskott, kommittéer, osv*

Tidigare rutiner behålls. Den nya rutinen som infördes 2016 som innebär att alla nämnder, utskott, kommittéer mm ska alltid en sista punkt på sin agenda som heter: "Något att lyfta till webben för att informera VH:s medarbetare" ska återupptas.

Det man kommer fram till på den punkten skickas till fakultetskommunikatören som publicerar det på medarbetarwebben.

**Aktivitetspunkt:** Dekan Kristina Dahlborn ser till att detta upprätthålls genom att påminna respektive gruppering om denna punkt på dagordningen.

*Rutin för spridning av information från fakultetskansliet*

Befintliga rutiner behålls och kompletteras med att forskningssekreteraren lägger till fakultetskommunikatören som mottagare på utskicken. Forskningssekreteraren och fakultetskommunikatören beslutar tillsammans om någon av punkterna även ska publiceras på medarbetarwebben.

**Aktivitetspunkt:** Forskningssekreterarna ser till att fakultetskommunikatören kommer med i sändlistan på månadsutskicken.

**Aktivitetpunkt 2:** Forskningssekreterarna och fakultetskommunikatören upprättar en rutin för att identifiera vilka av punkterna i utskicket som även ska publiceras på medarbetarwebben.

#### *Dekanbrev*

Dekanbrev fortsätter med rullande schema fram t o m augusti. Därefter tar VH:s kommunikator tillsammans med dekanerna ställning till ifall utgivningsintervallet 1 gång per månad är lämpligt att fortsätta med.

**Aktivitetpunkt 1:** Fakultetskommunikatören påminner respektive skribent i god tid innan varje dekanbrev och publicerar enligt utgivningsplanen, under förutsättning att underlaget kommit in senast den 25:e varje månad (med undantag för juni och december då deadline är den 20:e)

**Aktivitetpunkt 2:** I augusti 2017 stämmer fakultetskommunikatören av utgivningsintervallet med dekanerna.

**Aktivitetpunkt 3:** En utvärdering av dekanbrevens görs av fakultetskommunikatören under hösten 2017. Resultatet ska gå att använda som underlag även för andra fakulteter på SLU.

#### *Samlad information i VH-nytt*

Under 2017 sammanställer och skickar fakultetskommunikatören ut nyhetsbrev till fakultetens medarbetare i mars, juni, september och december. Innehållet ska baseras på redan publicerade nyheter och dekanbrev från den senaste tremånadersperioden. Översättning till engelska ska göras av SLU:s språkkordinator eller upphandlad byrå. Alternativt ska internt översatta texter språkgranskas av SLU:s språkkordinator.

**Aktivitetpunkt:** Fakultetskommunikatören distribuerar nyhetsbrevet i mars, juni, september och december, enligt ovan.

## 4.2. Externkommunikation

#### *Allmän information/marknadsföring av SLU och VH-fakulteten*

**Aktivitetpunkt:** Fakultetskommunikatören ska göra en genomgång av vilket tryckt material som finns specifikt för VH:s verksamheter i dagsläget.

*Inför större ansökningar ska minst två aktiva insatser göras mot media för att ämnet ska få bredare spridning.*

**Aktivitetpunkt 1:** Fakultetskommunikatören och forskningssekreterarna ska under sommar/höst producera minst två nyheter eller inlagsidéer för lämpligt media som ska stötta kommande infrastrukturansökan.

**Aktivitetpunkt 2:** Övriga ansökningar ska stötta i mån av tid via klustersidor.

*Standarden på forskningssidor och CV-sidor på webben ska höjas ytterligare.*

**Aktivitetpunkt:** Fakultetskommunikatören ordnar CV- och projektskrivarstugor i anslutning till de större anslagsansökningarnas granskningsperiod. Två tillfällen under våren och ett tillfälle under hösten.

*Rekrytering till utbildningsprogram, kurser, fort- och vidareutbildning*

**Aktivitetpunkt 1:** Fakultetskommunikatören tar kontakt med den samordnande studentrekryteraren så snart denne är på plats och diskuterar upplägg för vidare samarbete.

**Aktivitetpunkt 2:** Fakultetskommunikatören initierar arbete för att förenkla hanteringen av studiebesök.

**Aktivitetpunkt 3:** Fakultetskommunikatören ser till att VH:s nyantagna studenter på fakultetens utbildningsprogram gör en sk nybörjarenkät i början av terminen. Arbetet samordnas med övriga fakulteter och kommunikationsavdelningen. Resultatet ligger sedan till grund för kommande års studentrekryteringsinsatser.

**Aktivitetpunkt 4:** Vicedekan för utbildning startar en arbetsgrupp för studentrekrytering.

**Aktivitetpunkt 5:** Dekan tar beslut om budget för studentrekryteringsinsatser på fakultetsnivå.

*Forskningssamverkan och FOMA*

**Aktivitetpunkt:** Fakultetskommunikatören tar kontakt med djurslagskommittéerna och plattformar och upprättar en rutin för informationsutbyte.

## 5. Bilaga 1 - Nulägesanalyser

### 5.1. Internkommunikation

*Information från fakultetsledning och kansli*

De befintliga kommunikationskanalerna från fakultetsledningen är e-post, medarbetarwebben, externwebben, nyhetsbrev ("VH-nytt"), protokoll databasen och informationsskärmarna i VHC.

Kommunikationen från nämnder, utskott, kommittéer, och kansliet har huvudsakligen skett via e-post till från berörda enligt sändlistor, och som informationsbrev (e-post) till prefekter från forskningssekreteraren om vad som är på gång. Denna rutin infördes under 2013 enligt överenskommelse på prefektråd ang mottagare, innehåll och spridning. Utskicksfrekvensen styrs av nyhetsflödet.

Prefekter får relativt ofta e-post med uppmaning om ”sprida till berörda”. Det är ett enkelt sätt att sprida information och man når sannolikt rätt mottagare. Ett problem med detta är att kommunikationen är ensidig, samt att det kan försvinna i mottagarens inbox. Prefekter kan uppleva att de får ta emot allt för mycket e-post och att det blir en för stor arbetsbelastning. Det finns inget sätt för mottagaren att själv söka upp informationen.

E-postkanalen har upplevts fungera relativt bra, medan informationen på medarbetarwebben inte har nått fram. Kännedomen om VH-medarbetarwebb har varit allt för låg. VH-sidorna på externwebben är något mer kända men är inte tänkt att användas för interninformation.

Under 2106 har upplägget för nyhetsbrevet VH-nytt gjorts om något. Nyhetsbrevet hade tidigare få läsare. Det som upplevs som bra med den är att man får lite inblick i vad andra på fakulteten gör och att det är positiva nyheter.

Istället för att vara ett redaktionellt nyhetsbrev med specialskrivna artiklar och med ett utgivningsintervall på en gång per månad, baseras sedan 2016 VH-nytt på de nyheter som publicerats på VH:s medarbetarwebb under den senaste 3-månadersperioden, inklusive de dekanbrev som också infördes under 2016.

Dekanbreven skrivs sedan 2016 av dekan, prodekan och vicedekaner på rullande schema en gång per månad.

Under 2016 infördes även en rutin att samtliga nämnder ska ha en stående punkt på dagordningen där man pratar om vad som är aktuellt att informera om på medarbetarwebben och som följd av det även i nyhetsbrevet.

Ett antal av nämnderna och kommittéerna använder sig av protokoll-databasen för att tillgängliggöra sina protokoll. Från VH:s medarbetarwebb finns länk till protokoll-databasen istället för att protokollen ligger direkt på webben, då detta skulle direkt strida mot riktlinjerna för webbpublicering på SLU.

#### *Information från verksamheterna*

Det händer saker på institutionerna. Det produceras forskningsresultat, ordnas seminarier och studenter gör arbeten, mm. Det finns en poäng med att dela med sig av sådant till andra institutioner. Dels för att andra kan ha intresse av att t ex gå på andras seminarier, men även för att skapa en gemensamhetskänsla.

Det finns idag inga speciella rutiner och ingen given kanal för detta. Det är idag oftast samma personer som informerar om sina egna resultat, evenemang mm, vilket ger en sned bild av vad som händer i verksamheten.

#### *Varje medarbetares och students möjlighet att själv söka rätt information*

I dagsläget finns all väsentlig information som gäller den dagliga verksamheten tillgänglig på medarbetarwebben och studentwebben. Information av mer generell



karaktär anslås ibland på informationsskärmar, på anslagstavlor och som flyers i gemensamma lokaler. Svårigheter att hitta på webben gör att vissa inte hittar rätt och att det är krångligt att söka. Förbättringsarbete på webben pågår centralt på kommunikationsavdelningen. På fakultetsnivå skulle tillgängligheten gå att förbättra genom att öka kännedomen om medarbetarwebben och skapa rutiner för hur olika typer av information ska presenteras.

## 5.2. Externkommunikation - Allmän information/marknadsföring av SLU och VH-fakulteten

Medarbetarundersökningen visade på ett att VH:s medarbetare känner sig som ambassadörer för sin arbetsplats.

Externwebben utvecklas hela tiden och under 2016 har stora insatser gjorts för att lyfta starka forskningsnätverk på webben, de s k klustren, vilket har varit framgångsrikt. Sidorna kan beskrivas som ingångar med ett starkt utifrån-och-in-perspektiv som ska fånga upp internetsökningar inom våra starka områden. Vi ger här våra forskare, nya likväl som mer erfarna, chansen att presenteras i ett enhetligt och professionellt sammanhang, vilket stärker både de enskilda forskarna såväl som bilden av forskningsområdena. Att samla kompetens på detta sätt ger ett starkare och tydligare budskap mot t ex forskningsfinansiärer och arbetssökanden jämfört med om varje verksamhet och forskare endast har egna sidor.

Facebooksidan Forskning om veterinärmedicin och husdjursvetenskap har sedan starten 2015 nått ca 3000 "likes" och varje inlägg har i dagsläget en räckvidd på mellan ca 1000-8000 personer. Inlägg om hund och häst får de flesta interaktionerna. I snitt publicerar vi ca ett inlägg per vecka, beroende på tillgången på nyheter. Framöver bör de forskningsnyheter som publiceras via nyhetsbrevet från kommittén för lantbrukets djur och framtidsplattformarna även publiceras på Facebooksidan i högre grad än nu.

Det informationsmaterial om VH-fakulteten och dess verksamheter som finns idag är endast till viss del sammanställt och en genomgång behöver göras.

Samarbetet med kommunikationsavdelningen sker primärt via fakultetskommunikatören som ska hålla sig uppdaterad på vad som händer centralt och i de lägen det är befogat, se till att VH-fakulteten blir representerat på lämpligt sätt. Vid årsskiftet 2016-2017 gjordes en omorganisation på kommunikationsavdelningen och alla fakultets- och ortskommunikatörer placerades i enheten för internkommunikation och ledningsstöd. Hur den nya organisationen kommer att fungera i praktiken kommer att påverka hur samarbetet VH/kommunikationsavdelningen kommer att se ut.

Presskontakter ska efter omorganisationen på kommunikationsavdelningen i första hand ske via enheten för externkommunikation och marknadsföring. Med denna

rutin sker viss filtrering av nyheter som går ut från SLU utan att någon från fakulteten blir tillfrågad, vilket ibland leder till en felbedömning.

Under 2016 arrangerade VH-fakulteten ett Öppet hus tillsammans med UDS (november), samt ett Öppet hus för potentiella studenter (mars, beskrivs under studentrekrytering). Vid arrangemanget tillsammans med UDS fokuserade fakulteten på att visa upp vår forskning. Ca 2000 personer besökte UDS och VHC denna dag.

Fakulteten har varit representerat på ett antal mässor och liknande under 2016, bl a Elmia, Almedalen och Bryssel (EU).

Under året har flera forskare medverkat i olika media, bl a Vetenskapsradions direktsändning från Lövsta, några inslag i Vetenskapens värld, flera artiklar i fackpress och ett antal intervjuer i radio.

I maj 2016 arrangerade Arla kosläpp på Lövsta, med ca 4000 besökare. Tillfället bör tas tillvara på bättre (vilket gjordes 2017) och större engagemang från centralt håll önskas, då det är ett marknadsföringstillfälle för hela SLU.

### 5.3. Externkommunikation - Rekrytering till utbildningsprogram, kurser, fort- och vidareutbildning

Studentrekrytering har inte varit prioriterat på fakulteten, sannolikt p g a att vi har de två mest sökta utbildningsprogrammet på SLU (veterinär och djursjukskötare).

Inga särskilda VH-insatser från fakulteten har gjorts på studentmässor.

Inget arbete med studentambassadörer sker på fakultetsnivå.

Det kommer varje år in ett flertal förfrågningar från olika gymnasieskolor om studiebesök och önskemål om att vi ska besöka deras utbildningsmässor. Under 2017 tog vi emot ett studiebesök, mot bakgrund att de har fått komma flera år tidigare. I övrigt har vi tackat nej till dessa förfrågningar och har istället hänvisat till Öppet hus.

Öppet hus som kommunikationsavdelningen initierar varje år har samordnats med NJ-fakulteten. Arrangemanget har tidigare år drivits av kommunikatörerna från respektive fakultet men NJ:s kommunikatör ersattes 2017 av en centralt placerad kommunikatör. Kommunikationsavdelningen bidrar med lön till studentkommunikatörer och kostnader för lunch, fika och lokaler. 2017 kom ca 180 besökare till Öppet hus i Uppsala, varav en majoritet var intresserade av veterinär och djursjukskötarprogrammet.

#### 5.4. Externkommunikation - Forskningskommunikation och FOMA

På fakulteten har vi drivit projektet ”ökad externfinansiering” vilket har innefattat bland annat översyn av hur vi presenterar vår forskning på nätet. Målet har varit att öka vår synlighet i digitala media. Detta har resulterat i lansering av en Facebooksida för att sprida vår forskning (2015) och uppbyggnad av s k klustersidor som ska fungera som googlingsbara ingångar inom ett antal utvalda områden där vi matchar våra forskare och projekt mot webbens besökare med ett utifrån-och-in-perspektiv.

Under 2016 har fakultetskommunikatören initierat ett tätare samarbete mellan institutionernas webbpublicerare och på så vis kunnat få en bättre samstämmighet mellan de olika institutionswebbarna. Under 2016 fokuserade gruppen på CV-sidor och sedan hösten 2016 och framåt har vi utvecklat rutiner och system för att presentera forskningsprojekt på webben. De institutioner som är helt igång med detta är HUV och BVF, AFB och KV är igång, men har en bit kvar. Efter sommaren 2017 har AFB:s webbpublicerare dock avsagt sig uppdraget och arbetet med institutionens webbsidor är därmed pausat.

CV- och projektskrivarstugor anordnas sedan 2016 några gånger per år i samband större anslagsansökningar för att pro-aktivt se till att forskarna är väl googlingsbara och att informationen är korrekt inför ansökningsgranskningarna.

#### 5.5. Externkommunikation - Mediakontakter

Utöver kommunikationsavdelningens mediaarbete sker även en del proaktivt och strategiskt mediaarbete på fakultetsnivå, framför allt inom ramarna för fundraisingprojektet som kräver en strategisk agenda som inte täcks av det centrala arbetet. Fakultetskommunikatören utnyttjar och upprätthåller aktivt och kontinuerligt sina egna press- och mediakontakter.

#### 5.6. Externkommunikation - Krishantering

Fakultetsdirektören är huvudansvarig för krishantering operativt, underställd säkerhetschefen. Dekan ansvarar för att den övriga verksamheten - forskning, undervisning - kan fortlöpa på bästa möjliga sätt i händelse av kris.

#### 5.7. Externkommunikation – Grafisk profil

Den grafiska profilen finns tillgänglig för samtliga medarbetare på VH-fakulteten via medarbetarwebben. Våra medarbetares förståelse för vikten av att använda sig av den grafiska profilen i alla sammanhang där SLU är avsändare är väldigt individuellt och kan generellt förbättras.