

## Checklista

Kommunikationsavdelningen

2016-04-14

## Checklista för kommunikation via digitala anslagstavlor

Mittuniversitetets kommunikationspolicy respektive digitala plan är de styrdokument som reglerar hur kommunikation via de digitala anslagstavlor ska hanteras. Se: [miun.se/styrdokument/verksamhetsstod/kommunikation](http://miun.se/styrdokument/verksamhetsstod/kommunikation).

Enligt kommunikationspolicyn ska följande grundläggande principerna vara vägledande för all kommunikation vid universitetet: öppenhet, planering, saklighet, anpassning, Mittuniversitetets kärnvärden samt beaktande av universitetets strategi för lika villkor.

I policyn finns även fastställt att Mittuniversitetets kommunikationskanaler som regel inte får användas för spridning av marknadsföringsbudskap från företag, enskilda personer eller föreningar.

Den digitala planen framhåller att:

- *Syftet med digitala anslagstavlor är att tillhandahålla information om universitetet och våra campus till besökare, studenter och medarbetare.*
- *Tavlorna ska innehålla praktisk och platsrelaterad information för besökare och studenter.*

### Ansvar

Varje digital anslagstavla ska ha en huvudansvarig. När ny huvudansvarig utses ska genomgång av rutinerna ske med webbkoordinator vid kommunikationsavdelningen.

Kommunikationsavdelningen ansvarar för det innehåll som genereras från [miun.se](http://miun.se); nyheter och kalendariehändelser. De som vill ha information publicerad skickar in den via formuläret [miun.se/nyhetstips](http://miun.se/nyhetstips). Kommunikationsavdelningen ansvarar för att bedöma vilka kanaler som ska användas. De förmedlar underlag vidare till huvudansvarig för digital anslagstavla i de fall den kanalen ska användas och informationen ej genereras automatiskt från [miun.se](http://miun.se).

Huvudansvarig för en digital anslagstavla ansvarar för att publicera för huset/orten specifik information om till exempel besök, öppettider, lunch med mera.

## Innehåll

Utseendet ska följa Mittuniversitetets grafiska profil enligt den framtagna mallen för digitala anslagstavlor.

Antalet sidor som visas ska begränsas så att den rullande informationen hinner repeteras inom ett rimligt tidsintervall. En avvägning görs utifrån skärmens placering, om den exempelvis finns i en trappuppgång är ett fåtal bilder lämpligt medan det kan fungera med lite fler bilder om den finns på en plats där personer vistas något längre tid.

– Riktmärke: varje sida visas 10 sekunder om det är en nyhet eller kort generell info och 15 sekunder om det är en kalendariehändelse eller längre information.

Information som ej är permanent ska schemaläggas för att säkerställa att utgångna händelser inte visas.

– Lämplig publiceringstid för information som ej har ett givet slutdatum är ca 2–3 veckor, bedömning görs från fall till fall.

– Vid behov av längre publiceringstid rekommenderas ett uppehåll i publiceringen efter 2–3 veckor och att informationen sedan läggs upp igen efter en kortare tid (exv. en vecka).

Huvuddelen av innehållet genereras från miun.se i form av nyheter och kalendariehändelser.

Alla skärmar i entréer ska ha en välkomstsida med info om vad som finns i huset/lokalerna samt, om så är lämpligt, vart studenter/besökare vänder sig med frågor.

Den verksamhet som finns permanent i ett hus som service till vår verksamhet (studentkår, restaurang, städbolag) får ge praktisk och platsrelaterad information som underlättar för besökare/studenter, dock inte information av marknadsförande karaktär. Publicering sköts av huvudansvarig för den anslagstavla där informationen ska finnas.

När vi har inhyrda gäster i våra lokaler rekommenderas att de välkomnas på Servicecenters anslagstavla på orten och/eller på anslagstavla i det hus de ska besöka om det finns en anslagstavla även där: Idag välkomnar vi xxx till sal/rum xx.