



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

Kommunikation

– en vägledning för prefekter/chefer och medarbetare



Innehållsförteckning

Vad styr kommunikationen?	4
Kommunikationsansvar.....	6
Prefektens/chefens kommunikationsuppdrag.....	8
Kommunikationsavdelningen	10
Hjälp, stöd och kontakt.....	11
Bilden av Mittuniversitetet	12
Var finns informationen?.....	14

Produktion: Mittuniversitetets kommunikationsavdelning, september 2019.



Kommunikation

Som medarbetare på Mittuniversitetet kommunicerar du varje dag med studenter, kollegor, samarbetspartners och andra. Kommunikation är därför ett av många verktyg som behövs för att vi ska kunna erbjuda utbildningar och forskning av hög kvalitet. I denna vägledning har vi samlat ihop information och verktyg som kan vara till stöd för dig, oavsett om du är nyanställd eller har jobbat här i många år. Det handlar om allt från att kunna

berätta om Mittuniversitetet för vänner och familj till att veta var du kan hitta information. Kommunikationen omfattar universitetets strategiska kommunikation, det vill säga målinriktad, formell kommunikation, intern såväl som extern, samt kommunikation utifrån medarbetares funktionella ansvar i organisationen som företrädare för Mittuniversitetet.



Vad styr kommunikationen?

Som myndighet styrs vi av svensk lagstiftning, främst **regeringsformen**, **tryckfrihetsförordningen** och **yttrandefrihetsgrundlagen**. Dessa lagar reglerar allas rätt till åsiktsfrihet, yttrandefrihet och meddelarfrihet. Mittuniversitetet lyder under **offentlighetsprincipen** och har enligt **högskolelagen** ett ansvar att samverka med det omgivande samhället och att ge information om sin verksamhet. **Förvaltningslagen** reglerar myndigheters förhållningssätt och serviceskyldighet till medborgare. **Högskoleförordningen** reglerar rätten till utbildningsinformation. Därutöver finns andra regelverk som exempelvis **offentlighets- och sekretesslagen**, **dataskyddsförordningen (GDPR)**, **lagen om medbestämmande i arbetslivet** samt **upphovsrättslig lagstiftning** som också påverkar hur och vad vi kommunicerar.

Förutom lagar styrs vår kommunikation också av de mål och ambitioner vi har på Mittuniversitetet. Dessa beskrivs i vår gemensamma strategi och verksamhetsplan. Hur kommunikation ska bidra till att målen nås finns beskrivet i *Plan för kommunikation – vägval utifrån Mittuniversitetets strategi*. På Mittuniversitetet har vi

även en kommunikationspolicy. Den beskriver kommunikationens roll i vår verksamhet, vilket ansvar såväl medarbetare som chefer har men också viktiga principer som att kommunikationen ska vara öppen, korrekt och lätt att förstå. I denna vägledning finns de viktigaste delarna från policyn med.

Vår grafiska profil styr hur vi ska uttrycka oss visuellt och hur vår logotyp ska användas, vilka typsnitt vi har, bildspråk med mera.

I medarbetarportalen finns *Styrdokument* under ingången *Universitetet* och här finns kommunikationspolicyn, planen för kommunikation, språkpolicy och även övriga styrdokument inom Verksamhetsstöd/Kommunikation.



Kommunikationsansvar

Alla medarbetare vid Mittuniversitetet har ett kommunikationsansvar. Du har ansvar för kommunikationen om dina egna ansvarsområden och för att själv söka information som du behöver i ditt arbete och för att kunna svara på generella frågor (från exempelvis studenter och externa målgrupper). Du har dessutom ansvar att bidra till öppenhet och delaktighet genom dialog med kollegor, chefer, studenter och externa målgrupper. Som forskare och lärare har du även ansvar för att kunna tydliggöra och beskriva din verksamhet för interna och externa målgrupper (den så kallade samverkansuppgiften) samt att svara på frågor från medier som rör den egna forskningen eller utbildningsverksamheten.

Verksamhetsansvariga prefekter/chefer har ansvar för att skapa förutsättningar för att det är ett öppet kommunikationsklimat och en bra dialog. Den verksamhetsansvarige prefekten/chefen har ansvar för den egna organisationsenhetens interna och

externa kommunikation samt för att organisationsenheten följer universitetets kommunikationspolicy och grafiska profil. Verksamhetsansvarig prefekt/chef ansvarar också för att ge information om verksamhetens utmaningar och framgångar.

Rector/prorektor har ansvar för universitetsgemensam intern och extern kommunikation. Ansvaret är delegerat till kommunikationschefen, som ansvarar för utveckling, implementering och uppföljning av kommunikationspolicy, grafisk profil samt planer inom kommunikationsområdet.



Prefektens/chefens kommunikationsuppdrag

Ledarskap handlar till mycket stor del om kommunikation. Som prefekt/chef svarar du på frågor, informerar, förklarar beslut och diskuterar synpunkter – allt för att ert arbete ska nå förväntade resultat. Prefekten/chefen leder och styr det dagliga arbetet genom att kommunicera. Det kommunikativa ledarskapet är en av flera teorier inom ledarskap och handlar om hur ledare kan skapa en god arbetsmiljö och bra resultat genom att vara duktiga på att kommunicera. Utifrån forskning om kommunikativt ledarskap definieras en kommunikativ ledare så här¹ :

En kommunikativ ledare engagerar medarbetare i dialog, ger och söker återkoppling, involverar medarbetare i beslutsfattandet, och uppfattas som öppen och närvarande.

Johansson, C., Miller, V. D. & Hamrin, S. (2011). Communicative leadership. Theories, Concepts and Central Communication Behaviors. Demicom rapport nr 4. Sundsvall: Mittuniversitetet. www.miun.se/demicom

Kommunikativa ledare ger resultat

Kommunikativa ledare uppfattas som bättre på att kommunicera än andra ledare och chefer, och de har stort inflytande på medarbetarnas attityder, välbefinnande och prestationer. De är bättre på att motivera medarbetarna och nå målen än ledare som inte är kommunikativa.

Det finns åtta centrala principer för kommunikativt ledarskap. En kommunikativ ledare:

1. Coachar och ger medarbetare eget ansvar
2. Skapar strukturer som underlättar arbetet
3. Formulerar tydliga förväntningar på kvalitet, produktivitet, och professionalism
4. Är tillgängliga, respektfulla och bryr sig om medarbetarna
5. Löser problem, ger och söker feedback och talar för sin enhet
6. Ger inriktning och hjälper andra att nå sina mål
7. Gestaltar medvetet budskap och händelser
8. Möjliggör och stödjer meningsskapande.

Principerna sammanfattas i fyra centrala kommunikativa beteenden hos ledare:

1. Strukturera: innebär att tydliggöra mål och förväntningar, definiera uppgifter, planera samt fördela uppgifter, rekrytera och skapa mening.
2. Utveckla: innebär att coacha och träna, ge återkoppling på resultat, lösa problem och uppmuntra självstyrning.
3. Interagera: innebär att skapa öppenhet, stödja samt lösa konflikter.
4. Representera: innebär att företräda gruppen, enheten eller organisationen, bevaka omgivningen, nätverka och skapa resurser.

Om du är intresserad av att lära dig mer om detta, finns det forskningsrapporter som du kan ladda ner här: **miun.se/demicom/core/kommunikativt-ledarskap**

Om du vill ha stöd i hur du kan arbeta praktiskt med att utveckla ditt kommunikativa ledarskap och få tips på verktyg, eller har kommunikationsproblem som du vill diskutera, är du välkommen att kontakta kommunikationschefen. HR-avdelningen ansvarar för ledarskapsutveckling för Mittuniversitetets chefer.



Kommunikationsavdelningen

Mittuniversitetet har en centraliserad kommunikationsavdelning som jobbar samordnat med hela lärosätets kommunikation. Det innebär att alla universitetets kommunikatörer tillhör kommunikationsavdelningen. På sidan miun.se/KOM finns kontaktuppgifter till alla samt information om vem som gör vad.

Kommunikationsavdelningens uppdrag är att säkerställa att kommunikationsarbetet utgår från de mål som anges i *Plan för kommunikation – vägval utifrån Mittuniversitetets strategi*. Målen/uppdraget är att:

- utgå från och följa upp vägvalen samt målen i *Plan för kommunikation*
- driva utvecklingen av organisationens kommunikation
- producera och leverera kommunikationsaktiviteter och produkter
- stödja och coacha chefers och medarbetares kommunikation
- medverka vid verksamhetsutveckling
- ansvara för upphandling av leverantörer inom ramen för uppdraget.

Kommunikationen ska bidra till:

- ökad kännedom och kunskap om Mittuniversitetet i omvärlden, nationellt och internationellt
- att attrahera studenter och medarbetare

- ett ökat förtroende hos och bättre relationer med beslutsfattare
- ett bra kommunikationsklimat med kommunikativa ledare och medarbetare
- att studenter, alumner och medarbetare blir goda ambassadörer för Mittuniversitetet
- att Mittuniversitetets kommunikativa förmåga förbättras.

Avdelningen har en bred kompetens inom kommunikation, journalistik, marknadsföring, språk och grafisk design samt använder sig av forskningsbaserade kommunikationsteorier och verktyg inom arbetsområdena

- utveckla och förvalta övergripande kommunikationskanaler
- utbildningskommunikation och studentrekrytering
- studentkommunikation
- forskningskommunikation
- strategiska relationer och mediehantering
- intern-, lednings- och förändringskommunikation
- varumärkesarbete och visuell identitet
- översättning och språkstöd
- produktion, event och redaktionellt arbete.

Hjälp, stöd och kontakt

Prioriteringar

Med utgångspunkt från det uppdrag som beskrivs på föregående sida bidrar kommunikationsavdelningen till hela universitets kommunikationsarbete och är stöd till fakulteterna utifrån ledningens och fakultetsledningarnas prioriteringar.

Vi prioriterar enligt följande kriterier:

- Insatser som utgår från ledningens prioriterade utvecklingsprocesser på så väl universitets- övergripande nivå som på fakultetsnivå.
- Insatser som stärker Mittuniversitetet som helhet; processer som omfattar alla, görs på en övergripande nivå och som stärker Mittuniversitetets varumärke.
- Uppbyggnad/uppstartsstöd och utbildning för verksamheten att själva fortsätta en insats (exempelvis kommunikationsplan, webbplatsstruktur, utbildningar).
- Produktioner med relativt långsiktig livslängd och bred användning som riktar sig till strategiskt viktiga målgrupper och intressenter.

Hjälp till självhjälp

För att du som enskild medarbetare ska kunna fullfölja ditt kommunikationsansvar finns en samlingssida i medarbetarportalen under *Stöd och service/Kommunikation* med checklistor, mallar och vägledning. Här finns till

exempel vägledning för hur du uppdaterar din personliga sida på miun.se, mallar och anvisningar för vetenskaplig poster, och Mittuniversitetets logotyp att ladda hem.

På kommunikationssidorna i medarbetarportalen presenteras även de interna utbildningar och workshops som kommunikationsavdelningen erbjuder inom exempelvis kommunikativt ledarskap och webbpublicering. Vi genomför även workshops om kommunikationsfrågor för större eller mindre grupper samt enklare genomgångar av exempelvis medarbetarportal, verktyg och checklistor.

Kontakt

Vill du komma i kontakt med oss, finns din kontaktperson under *Mina kontaktpersoner* på medarbetarportalens startsida. Vi är uppdelade utifrån institutioner inom HUV och planeringsområden inom NMT.

Vill du tipsa om nyheter, både interna och externa, ta i första hand kontakt med din kontaktperson eller skicka ett mejl till KOMkontakt@miun.se.

Bilden av Mittuniversitetet

Mittuniversitetet är ett lärosäte där människor möts, inspireras och tänker nytt.

Vi tillhör en ny generation av universitet, där regionala intressen och globala strävanden naturligt går in i varandra. Denna roll ska vi vårda, värna och utveckla. Vi ska bli ännu bättre på att berätta vår historia och ge våra specifika bidrag, i en tid när statens styrning av universiteten blir allt mindre detaljerad och allt mer grundad i hur väl vi som universitet förmår beskriva just vår särart, våra speciella arbetsformer och ideal.

Vi är Mittuniversitetet

Bilden av Mittuniversitetet är inte konstant – den skapas hela tiden av oss som jobbar här och av omvärldens förväntningar. Mittuniversitetet består av människor som, utifrån olika erfarenheter, ämnen och yrkesroller betraktar verksamheten på olika sätt. Var och en har sin egen bild av Mittuniversitetet. I omvärlden finns också flera olika uppfattningar om Mittuniversitetet, och bilden skiljer sig åt beroende på vem som tittar.

Identitet och profil

Utifrån vår egen identitet, och omvärldens uppfattning, som vi kan se i olika undersökningar, går det att se en

övergripande bild av Mittuniversitetet som utgör det som förenar oss. Det är vår styrka och något som vi strävar efter att bli framstående inom och som till viss del framgår i våra övergripande mål, till exempel flexibla utbildningsformer för ett livslångt lärande. Vi har och ska även fortsätta utveckla starka utbildnings- och forskningsmiljöer.

Förutom att vi profilerar oss i vad vi erbjuder, finns även en identitet och profil som vi har utvecklat när det gäller hur vi är, uppfattas och gör saker.

Engagemang och tillgänglighet ger oss en verksamhet med stor närhet. Det återspeglas i samspelet mellan studenter och lärare, forskning och utbildning, utbildning och arbetsliv liksom mellan forskning och det omgivande samhället. Självklart bidrar det också till närhet mellan Mittuniversitetet och omvärlden.

Som alla universitet har vi en strävan efter att bidra till kunskapsutveckling. Våra insatser ska ge nytta för studenten under utbildningstiden, inför arbetslivet och för livet i stort, nytta för samarbetspartner genom nya perspektiv och nya kunskaper, nytta för medarbetare genom givande och stimulerande arbetsuppgifter, samt nytta för omvärlden och för samhällets utveckling. Vår drivkraft är att utvecklas genom att utforska, upptäcka,

lära oss nya saker, ta in och dela nya influenser och ny kunskap, se saker ur nya perspektiv och se styrkan i mångfalden.

Våra värderingar

Vår verksamhet vilar på en grund av lika villkor, delaktighet och samtal – mellan medarbetare, mellan studenter och medarbetare, mellan verksamhet och ledning, och mellan verksamhet och omgivande samhälle. Mittuniversitet ska vara ett universitet som präglas av akademisk anda, med tillitsfulla och öppna samtalsformer mellan alla medarbetare. Arbetet med våra värderingar baseras på en gemensam syn på våra grundläggande värderingar. Det ger plats och näring åt olika idéer och åsikter genom ett ledarskap och medarbetarskap som präglas av ambition och handlingsutrymme.

Mittuniversitetet ingår i en världsomspännande universitetsgemenskap där de grundläggande värderingarna kring vikten av autonomi och akademisk frihet är centrala. Universiteten ska stå fria från påtryckningar från omvärlden och försvara utbildningens och forskningens frihet, integritet och kvalitet. Värdegrunden är också förankrad i de lagar som en svensk, statlig myndighet ska följa. Verksamheten ska värna demokrati, legalitet, objektivitet, fri åsiktsbildning, respekt för allas lika värde, effektivitet och service samt demokratiska principer och mänskliga fri- och rättigheter. Jämställdhet och mångfald är grundläggande principer för hela vår verksamhet.

Berätta om oss

Om du ska presentera Mittuniversitetet på en konferens eller vid ett möte och vill använda power point har vi tagit fram en allmän presentation om oss som du kan använda. Den finns här: miun.se/presentation

Igenkända genom vår logotyp

En gemensam visuell identitet för Mittuniversitetet är viktig för att ge ett enhetligt uttryck i vår kommunikation med omvärlden. Genom att konsekvent använda vår logotyp och följa vår grafiska profil ökar vi igenkänningen och får bättre genomslag. För att stärka bilden av Mittuniversitetet har den visuella identiteten, liksom den verbala, ett tonläge som är rakt och enkelt. Den sammanfattas i den grafiska profilmanualen där även mer praktisk information återfinns, läs mer på miun.se/grafiskprofil. Som Mittuniversitetets avsändare använder vi alltid vår logotyp, med undantag för de verksamheter som har ett av rektor beslutat undervarumärke, i dagsläget våra forskningscentrum och Forum för genusvetenskap. Vi använder även de fastställda typsnitten. Våra typsnitt är Palatino/Palatino Linotype (10 p) i brödtext och Arial för rubriker, tabeller och e-post. För extern produktion och webb gäller Gill Sans.



Var finns informationen?

Vi lever i ett samhälle med ett stort informationsöverskott. Även inom vår organisation är det ett ständigt flöde av information och som medarbetare kan det vara svårt att sortera och hitta rätt. Detta är grundtanket för det interna informationsflödet:

- Medarbetarinformation finns i medarbetarportalen; medarbetarportalen.miun.se. Denna plattform är navet i den interna kommunikationen och utgångspunkt för din arbetsdag. När du är inloggad i portalen får du på startsidan både generella nyheter och ett personaliserat innehåll, dvs. riktade nyheter och information utifrån vilken ort, institution/avdelning och grupp du tillhör.
 - Via nyhetsflödet på startsidan håller du dig uppdaterad om såväl riktade nyheter under *Mina nyheter* som den generella interna informationen under *Medarbetarinfo* samt universitetets externa nyhetsflöde under *Pressmeddelanden och nyheter*. I *Kalendern* ser du datum för event o. dyl. som är på gång på övergripande nivå och under *Nytt från registrator* kan du ta del av de generella inbjudningar, utlysningar och dylikt som inkommer till registrator.
 - Strukturen är till stora delar funktionsbaserad med särskilda ingångar för undervisning och forskning. Under *Stöd och service* finns information om den stöd, hjälp och service som riktar sig till alla medarbetare. Du kan skapa en egen meny med hjälp av *Favoriter* och under *Verktyg* hittar du och ställer in den verktygslåda du behöver i ditt arbete.
 - Information om organisation och om vår ledning och styrning finns under *Universitetet*, medan löpande information från ledningen publiceras som medarbetarinfo på startsidan. På fakultetens egna sidor under *Universitetet* finns allt det som rör fakulteten, exv. mötesprotokoll från nämnder och råd. Alla universitetets regler och styrdokument hittar du under *Styrdokument*.
 - Längst ner i sidfoten på alla sidor finns ingången *Kris och säkerhet* som ger vägledning och stöd om något oförutsett händer.



- När du söker på namnet på en anställd via sökfunktionen, såväl på miun.se som i medarbetarportalen, så hamnar du på dennes personliga sida. Alla medarbetare har en *personlig sida* där viss grundinformation som kontaktuppgifter och eventuell vetenskaplig publicering hämtas från våra system medan var och en själv kan fylla på med information om sig själv. Under ditt namn överst till höger i medarbetarportalen når du din personliga sida och kan redigera den. Håll din sida uppdaterad så att de som söker på ditt namn får korrekt information!

- Delta på din institutions/avdelnings personalmöten och arbetsplatsträffar, APT, för mer information och dialog om aktuella frågor.
- Information som rör studenterna och deras undervisning finns i Studentportalen och lärplattformen.

Är du nyanställd?

I medarbetarportalen under *Stöd och service/Personalfrågor* finns filmer som presenterar anställningsvillkor och annat som är viktigt för dig som nyanställd. Du kan ta del av dem här: miun.se/introduktion

Frågor och svar om kommunikation

Här har vi samlat svar på några vanliga frågor om kommunikation.

Vad finns det för informationsmaterial om Mittuniversitetet?

I princip all vår information är digital och öppen för allmänheten på vår webbplats miun.se som är navet i all vår kommunikation. Här finns hela vårt utbud beskrivet, både inom utbildning och forskning. Vi har några trycksaker, bland annat en utbildningsbroschyr och en broschyr med fakta om oss som du kan beställa från vaktmästeriet. Chefer, medarbetare och kommunikationsavdelningen har ett gemensamt ansvar för att hålla innehållet på webben aktuellt och uppdaterat.

Vad gör jag om en annonssäljare ringer?

All annonsering kopplat till studentrekrytering ska hanteras av kommunikationsavdelningen, så hänvisa till någon av oss eller direkt till kommunikationschefen. När det gäller forskning så är det upp till varje enskild forskare som har egen budget att besluta om särskild annonsering. Efter utvärderingar har vi konstaterat att annonsering sällan ger förväntade effekter och att andra kommunikationsstrategier ofta är effektivare.

Rådgör gärna med oss på kommunikationsavdelningen om ditt syfte så kan vi hjälpa till med att föreslå bra kommunikationsaktiviteter.

Vad har vi för mallar?

Mittuniversitetet har tagit fram gemensamma mallar för Officeprogrammen Word och PowerPoint. Se instruktioner på miun.se/officemallar.

Har vi någon bildbank?

Ja, vi har en bildbank där bilderna får användas i produkter som har Mittuniversitetet eller någon av studentkårerna som avsändare. Dessutom finns friköpta pressbilder. Bildbanken finns här: miun.se/bildbanken (kräver inloggning i medarbetarportalen).

Vad har vi för riktlinjer kring språkhantering?

Eftersom vi är en svensk myndighet är svenska huvudspråket på Mittuniversitetet. Det innebär att alla lokala beslut ska formuleras på svenska. All internationellt riktad information ska ske på brittisk engelska, som fungerar som det gemensamma språket för icke svensktalande studenter och personal. Vill du

ha hjälp med översättning eller språkgranskning kan du kontakta Språkservice om det gäller OH-finansierade uppdrag, för övriga uppdrag hänvisas till extern leverantör, se miun.se/sprakservice

Hur ska vi uttrycka oss i text?

Som myndighet ska Mittuniversitetet enligt språklagen använda klarspråk. Klarspråk innebär att skriva vårdat, enkelt och begripligt i all typ av skriftlig kommunikation, både internt och externt. Det betyder också att vi undviker onödigt svåra begrepp, förkortningar och föråldrade uttryck. Det vi skriver ska ha betydelse för mottagaren. I alla texter ska vi använda ett språk som de vi kommunicerar med känner sig bekväma med. Detta gäller både för svenska och de övriga språk som används vid Mittuniversitetet. I medarbetarportalen finns fler skriv- och språktips: miun.se/skrivtips

Kan Mittuniversitetet sponsra idrottsföreningar, tävlingar eller andra event?

Statsanslag får inte användas för sponsring. Det är anledningen till att vi ofta måste säga nej till förslag om att sponsra priser, skyltar eller dylikt. Däremot finns exempel på tillfällen då det kan vara motiverat för universitetet att ingå ett avtal med en extern samarbetspartner i marknadsföringssyfte för att stärka universitetets anseende och varumärke genom samarbete. Marknadsföringsaktiviteter av detta slag kräver alltid en motprestation och ska värderas och motiveras på samma sätt som andra marknadsföringsaktiviteter. Hänvisa förfrågningar till kommunikationsavdelningen.

Hur ska vi kommunicera via e-post?

Vi kommunicerar idag en hel del via e-post, vilket också resulterar i att mycket tid går åt till detta. Tänk på att begränsa innehållet och inte skicka kopia till fler personer än nödvändigt. För att nå ut till alla medarbetare ska *Medarbetarinfo* i medarbetarportalen användas. Underlag kan mejlas till KOMkontakt@miun.se.

På denna sida finns information hur du gör en e-postsignatur: miun.se/e-postsignatur.

Vad gör jag om en journalist ringer?

Alla anställda vid universitetet omfattas av meddelarfrihet. Det innebär att varje anställd har rätt att lämna uppgifter till medier för publicering. Efterforskning av vem som lämnat information till medier får inte förekomma.

Om du ska svara på frågor från en journalist finns det några saker du bör tänka på. Om du blir kontaktad och är oförberedd – ta reda på vad saken gäller och be att få återkomma. Det är en vedertagen begäran som sällan ifrågasätts, det ger snarare ett seriöst intryck och du hinner förbereda dig och tänka igenom vad du vill ha sagt. Du kan också kontakta universitetets presskommunikatör för att få råd om budskap. Tänk igenom vad du vill föra fram och uttryck dig kort och koncist. Ett väl genomtänkt och välformulerat budskap är bra för dig, journalisten, Mittuniversitetet och den som läser/ser/hör artikeln eller inslaget. Om du känner dig osäker; be att i förväg få se hur reportern tänker citera dig i exempelvis artikeln. Om det gäller en radiointervju – ta

reda på om det är direktsändning eller om journalisten bandar intervjun. Du kan också be att få lyssna på intervjun eller läsa artikeln innan den sänds/trycks, men det är inget du kan kräva. På sidan miun.se/medier finns fler råd.

Hur gör jag om jag vill använda sociala medier för mitt program eller forskningsprojekt?

Sociala medier är ett bra komplement till andra kanaler och används av verksamheten i allt större utsträckning. Bland annat forskningscentrum, ämnen och program är aktiva på Twitter, Instagram och inte minst Facebook. När du vill starta en facebooksida eller ett instagramkonto och Mittuniversitetet eller en delverksamhet inom Mittuniversitetet är avsändare finns det en del att tänka på. Kontakta community manager vid kommunikationsavdelningen för råd och stöd.

Hur gör jag om jag vill veta mer om studentrekryteringsarbetet?

Studentrekryteringsarbetet på Mittuniversitetet samordnas i syfte att få bästa möjliga effekt av de samlade insatserna. Arbetet leds av kommunikationsavdelningen, i samverkan med verksamheten. På sidan miun.se/studentrekrytering kan du läsa mer om studentrekryteringen.

Hur bör ett APT läggas upp?

Arbetsplatsträffar, APT, är reglerade i samverkansavtalet. Det finns ett dokument med rekommendationer där du kan hitta förslag på dagordning och upplägg av APT, se

miun.se/facklig-samverkan. Om du vill ha råd och stöd om hur du lägger upp möten för att skapa en bra dialog och ett öppet kommunikationsklimat är du välkommen att höra av dig till kommunikationsavdelningen.

Hur gör jag om jag vill sprida information vidare till anställda och/eller studenter från företag, vänner eller föreningar som jag har kontakt med?

Våra digitala kommunikationskanaler som exempelvis vår webbplats miun.se och vårt e-postsystem är avsedda för universitetets egen kommunikation. Enligt vår kommunikationspolicy så "får Mittuniversitetets kommunikationskanaler som regel inte användas för att sprida information, material eller marknadsföringsbudskap från företag, enskilda personer eller föreningar." Det innebär att exempelvis bostadsannonser, inbjudningar från föreningar med mera får förmedlas via andra externa kanaler. Men du är välkommen att sätta upp information på de fysiska anslagstavlorna på campus.

Hur kommuniceras forskningen?

Respektive forskare ansvarar för den relationsbyggande kommunikationen, det vill säga daglig kommunikation med forskarkollegor och samarbetspartners. Kommunikationsavdelningen arbetar med den forskningskommunikation som sker via populärvetenskapliga kanaler, det som innebär bred spridning av information exempelvis via media, genomförande av övergripande events och genom att bidra med kunskap och utbildning i kommunikation samt med att ge stöd till forskare i den relationsbyggande kommunikationen.

Finns någon särskild vägledning för hur Mittuniversitetet ska kommunicera ur ett lika villkorsperspektiv?

Mittuniversitetet vill vara ett lärosäte och en arbetsplats fri från diskriminering och trakasserier och där olikheter tas tillvara för att främja såväl individens möjligheter till arbete eller studier som för att utveckla universitetets verksamhet. Kommunikationspolicyn betonar att en grundläggande princip för vår kommunikation är att beakta universitetets handlingsplan för lika villkor och visa på mångfald. Det innebär bland annat att kommunikationen ska vara inkluderande och normmedveten.

Hur ska personuppgifter hanteras i kommunikationen?

Dataskyddsförordningen ställer krav på tydlig information och dokumentation vid hantering av personuppgifter. I många fall krävs individens uttryckliga samtycke. Läs mer i medarbetarportalen under *Stöd och service/ Personuppgiftshantering*.

Fler frågor?

Har du fler funderingar om kommunikation, så hör gärna av dig till oss på kommunikationsavdelningen: miun.se/KOM. Om du har frågor kopplat till profilprodukter kontakta servicecenter: kontakt@miun.se.



Kontakt

Telefon 010-142 80 00

webb miun.se

Campus

Sundsvall Holmgatan 10, 851 70 Sundsvall

Östersund Kunskapens väg 8, 831 25 Östersund