

Kommunikationspolicy

Styrdokument Örebro universitet

Kategori: Policy

Ärendenummer: ORU 2024/06717

Beslutsfattare: Rektor

Fastställt: 2024-10-29

Dokumentansvarig: Kommunikation och samverkansstöd



Innehåll

Örebro universitets kommunikationspolicy	2
Örebro universitets övergripande budskap och principer	2
Vetenskaplighet.....	2
Engagemang.....	2
Delaktighet	2
De kommunikativa målen bygger på universitetets vision och strategiska mål	3
Forskning	3
Utbildning	3
En utvecklande studie- och arbetsplats.....	3
Positionering av Örebro universitet	4
Vår position	4
Persona/personlighet	4
Tonalitet genom språkbruk och bildspråk.....	4
Målgrupper	4
Ansvar	5
Uppföljning och utvärdering	5
Relaterade dokument.....	5

Örebro universitets kommunikationspolicy

Örebro universitets kommunikationspolicy syftar till att förtydliga och skapa förutsättningar för en samordnad, effektiv och långsiktig kommunikation av lärosätets position och varumärke. Universitetets kommunikationsinsatser ska bidra till att positionen förtydligas och värdet i varumärket ökar samt att lärosätets attraktivitet som studie- och forskningsplats, arbetsgivare och samhällsbyggare ökar.

Universitetets kommunikation är också viktig ur ett samverkansperspektiv. Alla lärosäten har enligt högskolelagen till uppgift att samverka med det omgivande samhället och bidra till att kunskap och forskningsresultat kommer samhället till nytta. Utöver högskolelagen och högskoleförordningen finns ett stort antal lagar och förordningar som reglerar universitetets interna och externa kommunikationsarbete, inte minst Regeringsformen, Tryckfrihetsförordningen och Yttrandefrihetsförordningen som reglerar allas rätt till åsiktsfrihet, yttrandefrihet och informationsfrihet.

Örebro universitets kommunikationspolicy gäller hela universitetet och avser både intern och extern kommunikation. Policyn anger universitetets övergripande budskap, ansvar och roller, målgrupper och intressenter samt kommunikationskanaler. Policyn är styrande för underliggande dokument inom kommunikationsområdet såsom riktlinjer för grafisk profil, riktlinjer för inlägg i sociala medier och riktlinjer för nyheter.

Örebro universitets övergripande budskap och principer

Utgångspunkten för universitetets strategiska kommunikation är dokumentet Vision och strategiska mål 2023–2027 (ORU 2021/07274). Visionen *Ett framstående universitet för en kunskapsbaserad samhällsutveckling* ska alltid vägas in i såväl intern som extern kommunikation.

Universitetets förhållnings- och arbetssätt står stadigt på den gemensamma värdegrunden – vetenskaplighet, engagemang och delaktighet.

Vetenskaplighet

Det fria sökandet efter ny kunskap utgör kärnan i vår verksamhet. Vi kännetecknas av oberoende, saklighet och bildning. Vi har ett öppet och kritiskt förhållningssätt. Vi ger oss tid till eftertanke och reflektion.

Engagemang

Vi är i rörelse och blickar framåt. Vi är engagerade, nyfikna och innovativa. Drivkraften att utvecklas och att uppnå goda resultat är en nyckel till universitetets framgång. Vi har mod att ompröva och att tänka nytt. Vårt kvalitetsarbete lär av både framgång och motgång.

Delaktighet

Vi arbetar utifrån en helhetssyn på verksamheten och en vilja att lära av varandra. Vi utvecklar kunskap i nära samspel med studenter, vetenskapssamhälle och omvärld. Vår arbetsmiljö präglas av jämställdhet, öppenhet, tillit och respekt.

Kommunikativa mål

Örebro universitets kommunikativa mål bygger på visionen *Ett framstående universitet för en kunskapsbaserad samhällsutveckling* och de strategiska mål som samlas under utvecklingsområdena för *Forskning, Utbildning* och *En utvecklande studie- och arbetsplats*.

Forskning

- *Ökad forskningsvolym med bibehållen hög kvalitet*
- *Strategisk profilering och ökad synlighet*

Kommunikativt mål:

1. Universitetets kommunikation ska bidra till synlighet av universitetets forskning och stärkt samverkan för universitetets forskning
2. Universitetets kommunikation ska bidra till ökad attraktionskraft och stolthet

Utbildning

- *Hög kvalitet och attraktivitet*
- *Högscolepedagogik i framkant*

Kommunikativa mål:

3. Universitetets kommunikation ska bidra till effektiv och målgruppsanpassad marknadsföring gentemot potentiella studenter.
4. Universitetets kommunikation ska bidra till att vidareutveckla strategisk och taktisk marknadsföring gentemot befintliga studenter och alumner i syfte att stärka kultur, samhörighet och stolthet
5. Universitetets kommunikation ska bidra till att vidareutveckla ett systematiskt samverkansstöd för kärnverksamhet och studenter med syfte att stärka studenterna attraktionskraft på sin framtid arbetsmarknad.

En utvecklande studie- och arbetsplats

- *Närhet och samarbete*
- *Strategisk rekrytering och kompetensutveckling*

Kommunikativa mål:

6. Universitetets kommunikation ska bidra till ökad kännedom om universitetet som en attraktiv arbets- och studieplats
7. Universitetets kommunikation ska bidra till att etablera ett strategisk och taktiskt arbetssätt för internkommunikation, både gentemot anställda och studenter

8. Universitetets kommunikation ska bidra till ett stärkt arbetsgivarvarumärke för universitetet

Positionering av Örebro universitet

Vår position

Universitetet ska utnyttja positionen mellan de gamla och de nya, de större och de mindre lärosätena – och ständigt utmana baserat på akademisk kvalitet. *"Ett framstående och modernt bredduniversitet"*.

Persona/personlighet

När Örebro universitet representeras och kommuniceras i varumärkesbyggande syfte ska universitetets personlighet vara tydlig.

Örebro universitets persona är transparent, trygg och rakryggad men också nyfiken och modig. Universitetet möter omvärlden med blicken och är med en stor dos värme inkännande inför världens utmaningar, ständigt framåtsträvande.

Tonalitet genom språkbruk och bildspråk

Universitetets språkbruk är korrekt men inte svårt och kommunikationen sker på mottagarens villkor. Vi vill bli förstådda men söker inte nödvändigtvis bekräftelse. Vi vill komma snabbt framåt men gör det aldrig på bekostnad av eftertänksamhet. Vi lindar inte in våra argument, vår ton är klar och rak.

Tonen i universitetets språkbruk utgår från vår persona: transparent, trygg och rakryggad men också nyfiken och modig. Inkännande för världens utmaningar, ständigt framåtsträvande.

Vi skiljer mellan det varumärkesbyggande och det dokumentära i vårt bildspråk. Vårt varumärkesbyggande bildspråk bygger på att vi gärna ser betraktaren i ögonen. Vi vill att betraktaren ska förstå det hen ser och att vi står för det vi säger, samtidigt som vi vill att hen ska bli nyfiken och utmanad. Vi är platsberoende, både fysiskt och i tanken, därför utgör vår miljö en viktig del av vår identitet. Vi vill att betraktaren ska vilja ta del av vår värld, därför vill vi visa det vi är stolta över.

Målgrupper

Universitetets målgruppsstrategi är att prioritera de målgrupper som på bästa sätt bidrar till visionens realisering. Målgrupperna sträcker sig från mellanstadieets barn, via identitetssökande tonåringar och unga vuxna som söker efter sin plats via högre utbildning, till dem som behöver förnya sin kunskap och som vill ta del av experters insikter. Bland våra målgrupper ingår även de som studerar eller arbetar på Örebro universitet, de som har studerat eller arbetat här och de som i framtiden kommer att arbeta här inom akademien eller inom det gemensamma verksamhetsstödet. Därtill ingår också de som påverkar och påverkas av vår verksamhet: beslutsfattare inom offentlig och privat verksamhet, de som har nytta av vår forskningskommunikation och som är möjliga att nå, samverkanspartners och leverantörer som bidrar till vår framgång.

Prioriteringsordning i arbetet med målgrupper:

1. Hur viktig är målgruppen för att bidra till att vi når vår vision och våra mål?
2. Hur möjlig är målgruppen att nå för att nå vår vision och våra mål?
3. Finns effektiva, möjliga och tillgängliga kanaler för att nå målgruppen?
4. Finns det bärande budskap som är möjliga för målgruppen att relatera till?

Ansvar

Varje person i chefsställning ansvarar för att den interna och externa kommunikationen fungerar i den egna verksamheten. Kommunikation är ett ledaransvar och varje chef och ledare ska uppträda och agera med kommunikation som vägledande arbetsmetod. Varje forskare ansvarar för att kommunicera med omvärlden om sin forskning.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning av kommunikationspolicyn sker genom avdelningen Kommunikation och samverkansstöds verksamhetsberättelse samt i den kontinuerliga dialogen inom avdelningen och med universitetsledningen.

Relaterade dokument

Denna policy kompletteras med riktlinjer eller andra styrdokument för kommunikationsområdet efter rektorsbeslut.