



# Kommunikation för Medicinska fakultetens framtid

KOMMUNIKATIONSPLAN 2008



## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>Inledning</b> .....	<b>3</b>
Definitioner och avgränsningar.....	3
<b>1. Mål för Medicinska fakultetens kommunikation</b> .....	<b>4</b>
1.1 Fakultetens interna kommunikation.....	4
Mål för den interna kommunikationen:.....	4
1.2 Fakultetens externa kommunikation.....	5
Mål för den externa kommunikationen:.....	5
<b>2. Ansvar och resurser för fakultetens kommunikationsarbete</b> .....	<b>6</b>
2.1 Medarbetarna – kommunikation är allas ansvar.....	6
2.2 Ledare och chefer – de viktigaste kommunikatorerna.....	6
2.3 Informatörer – skapar förutsättningar och ger stöd.....	6
Avdelningen för strategisk kommunikation.....	6
Kontaktpersoner på institutionerna.....	6
Informationsenheten.....	7
Kommunikationsplattform och verktyg.....	7
<b>3. Avdelningen för strategisk kommunikation</b> .....	<b>8</b>
3.1 Ledningsstöd.....	8
Prioriterat 2008.....	9
3.2 Intern kommunikation.....	9
Prioriterat 2008.....	10
3.3 Extern kommunikation.....	10
Prioriterat 2008.....	11
3.4 Fakultetens webbplats.....	11
Prioriterat 2008.....	12
<b>Referenser</b> .....	<b>13</b>

## Inledning

Vi är en medicinsk fakultet som ständigt bryter ny mark för ett bättre liv. Vårt uppdrag är att bidra till ökad kunskap för bättre liv genom utbildning, forskning och kunskapsförmedling av hög kvalitet och med hög relevans för människors hälsa. Vi är en trovärdig partner i vår samverkan med omvärlden. Vi betonar medmänskliga värderingar i vår arbets- och lärandemiljö som nyckel till ständig utveckling och en framgångsrik verksamhet. *Utdrag ur "Medicinska fakultetens framtid – strategisk plan 2007-2011", vision och verksamhetsidé.*

Fakultetens strategiska kommunikationsarbete syftar till att stödja organisationens övergripande mål och strategier, möta informationsbehov och bidra till att stärka Medicinska fakultetens och Lunds universitets varumärke. För kunna bedriva en strukturerad och professionell informations- och kommunikationsverksamhet med optimalt utnyttjande av befintliga kompetenser och resurser krävs en kommunikationsplan. Föreliggande kommunikationsplan grundar sig på Medicinska fakultetens strategiska plan *Medicinska fakultetens framtid – strategisk plan 2007-2011*. Sedan 2005 finns en universitetsgemensam kommunikationsplattform som också ligger till grund för denna kommunikationsplan.

Kommunikationsplanen revideras och uppdateras årligen. Kommunikationsplanen ligger också till grund för kommunikationsstrategier för enskilda frågor.

Kommunikationsplanen är uppdelad i tre delar. I den första delen beskrivs hur Medicinska fakulteten arbetar med kommunikation och vilka målsättningar vi har. Den andra delen beskriver vilka resurser vi har i vårt kommunikationsarbete, både vad gäller personer och verktyg. Den tredje delen beskriver hur Avdelningen för strategisk kommunikation arbetar för att nå de uppsatta målen för kommunikationen.

## Definitioner och avgränsningar

Begreppen *information* och *kommunikation* kan tolkas på många olika sätt och är ofta föremål för diskussion. I denna kommunikationsplan utgår vi från den definition som Sveriges informationsförening tillämpar:

- *Information* är de strategiska budskapen som ska leda till ökad kunskap
  - *Kommunikation* är processen av budskap som bygger på interaktivitet bland dem som deltar i processen och som ska leda till någon form av attityd eller förhållningssätt.
- Information är budskap och spridningen av dessa. Kommunikation är dialogen, samtalet, kring dessa budskap. Information ger kännedom och vetskap (att jämföra med kunskap som kommer av lärdom). Kommunikation leder till insikt i budskapet och ska leda till motivation och engagemang i det budskapet handlar om. När tydliga och begripliga budskap når medarbetare och intressenter i omvärlden blir det bra kommunikation.

## 1. Mål för Medicinska fakultetens kommunikation

Ofta har ett budskap som ska kommuniceras inte bara en målgrupp och ett mål. Det finns inga vattentäta skott mellan intern och extern kommunikation. För att jobba strategisk med kommunikation måste ansvariga fundera igenom vilka olika målgrupper som finns och anpassa budskapet till dem.

### 1.1 Fakultetens interna kommunikation

Medicinska fakulteten har, enligt fakultetens strategiska plan, som mål att vara en kreativ, medmänsklig och utvecklande arbetsplats och lärandemiljö. God intern kommunikation med öppna och tydliga beslutsprocesser är av vital betydelse för hur olika frågor och beslut bereds, förankras, uppfattas och verkställs. God intern kommunikation bidrar till motivation och engagemang hos medarbetarna, vilket ger bättre förutsättningar för förbättrat resultat för organisationen som helhet. För medarbetare är kommunikation ett medel att uppnå delaktighet. Kommunikation är också en förutsättning för en demokratisk beslutsprocess. Att informationsflödet och kommunikationen fungerar väl på en arbetsplats är av stor betydelse för att bidra till god arbetsmiljö, minska ryktesspridning, öka värdegemenskapen, att ge förutsättningar för medarbetare att kunna göra ett bra arbete och utföra de arbetsuppgifter som förväntas. Detta förutsätter en intern informations- och kommunikationsstruktur med tydliga, ändamålsenliga kanaler som ger delaktighet och insyn, men som också minskar risken att verksamheten dränks i ett ostrukturerat informationsflöde.

Det är viktigt att kontinuerligt utvärdera och följa upp kommunikationsinsatserna för att förbättra kommunikationen inom fakulteten. En övergripande utvärdering av hur fakultetens interna kommunikation fungerar påbörjades under hösten 2006 med en kvantitativ enkätundersökning och planeras att slutföras under 2008 med en kvalitativ intervjubaserad undersökning.

#### Mål för den interna kommunikationen:

- Att bidra till transparenta beslutsprocesser genom att underlätta förberedelse, förankring och implementering av beslut
- Att synliggöra dekanus och övrig fakultetsledning, deras intentioner och öka deras tillgänglighet
- Att stärka medarbetarinflytandet
- Att öka tryggheten och förhindra ryktesspridning
- Att stärka identiteten med Medicinska fakulteten och öka värdegemenskapen
- Att lyfta fram och informera om aktuella och viktiga frågor av relevans för fakultetens ledning, medarbetare och studenter
- Att all intern kommunikation ska ske genom effektiva kanaler så att rätt målgrupper får tillgång till relevant information för att fullgöra sina arbetsuppgifter
- Att genom intern koordinering undvika dubbelarbete

## **1.2 Fakultetens externa kommunikation**

Den tredje uppgiften ger oss inom universitetet ett uppdrag att, på olika sätt, samverka med omvärlden, berätta om vår verksamhet och dela med oss av vårt kunnande. I vår strategiska plan slås det fast att Medicinska fakulteten spelar en viktig roll i samhället som förmedlare av kunskap och demokratiska värden och har ett uppdrag att informera om sin verksamhet på ett öppet och ansvarsfullt sätt. Som en del av tredje uppgiften ska fakultetens medarbetare i sin yrkesroll verka för att förmedla kunskap till omvärlden och delta i samhällsdebatten på ett sakligt och trovärdigt sätt samt bedriva opinionsarbete i frågor som är väsentliga för utvecklingen av utbildning och forskning inom hälsoområdet. Fakulteten ska föra ut sina forskningsresultat även i populärvetenskaplig form och därmed tydliggöra forskningens centrala roll för bättre liv och hälsa. En bra extern kommunikation och effektiv marknadsföring, planerade externa informationsinsatser, opinionsarbete, medvetet identitetsskapande varumärkesarbete och professionell profilering av fakulteten utåt bidrar till att hävda fakulteten i konkurrensen och ökar förutsättningar för rekryteringar, finansiering och forskningsutveckling.

Fakulteten bör också genom aktiv informationsspridning till allmänheten, skolan, politiker och andra beslutsfattare bidra till att öka intresset för medicinsk forskning och utbildning. Fakultetens utbildningar ska profileras tydligt till relevanta målgrupper för att attrahera studerande enligt strategiska planen.

### **Mål för den externa kommunikationen:**

- Att höja kunskapen om Medicinska fakulteten och dess verksamhet hos intressentgrupper t ex forskarsamhället, media, allmänhet, blivande studenter, beslutsfattare, näringsliv och finansärer, alumni, studenter och samarbetspartners samt allmänheten (tredje uppgiften)
- Att Medicinska fakulteten ska uppfattas som en trovärdig, kompetent och pålitlig aktör i samhällsdebatten
- Att tydliggöra profileringen av Medicinska fakulteten
- Att vara lyhörd för förändringar och skeenden i omvärlden genom kontinuerlig omvärldsbevakning
- Att värna om och utveckla relationer med samarbetspartners och intressentgrupper
- Att aktivt sprida information om forskningsrön och göra populärvetenskaplig forskningsinformation lättillgänglig

Om vi är framgångsrika i detta arbete kommer vi:

- Att förbättra förutsättningarna för rekrytering av spetskompetent personal
- Att förbättra förutsättningarna för rekrytering av studenter
- Att förbättra förutsättningarna för finansiering och forskningsutveckling
- Att förbättra förutsättningarna för samverkan med omgivande samhället

## **2. Ansvar och resurser för fakultetens kommunikationsarbete**

### ***2.1 Medarbetarna – kommunikation är allas ansvar***

De som "håller på med" information och kommunikation i fakulteten är betydligt fler än de som arbetar som informatörer. Alla medarbetare har en kommunikatörsroll internt och externt och fungerar som ambassadörer för verksamheten.

En grundläggande princip för fakultetens kommunikationsarbete, som slås fast i fakultetens strategiska plan, är att informationsägaren sprider kunskap om sitt ansvarsområde med hjälp av de verktyg som tillhandahålls av informatörer.

### ***2.2 Ledare och chefer – de viktigaste kommunikatörerna***

Chefer och ledare på olika nivåer i organisationen är de personer som tolkar och formulerar budskap och som bidrar till att prägla arbetskulturen och värdegrunden. Chefer och kollegor ses som en av de främsta och viktigaste källorna till information vad gäller innehåll och trovärdighet visar en utvärdering av den interna kommunikationen som genomfördes hösten 2006. Medarbetarna efterfrågar en större tydlighet när det gäller chefens kommunikationsansvar. I en omvälvande tid då fakulteten kraftsamlar för att ta sig ur en ekonomisk kris och föra fakulteten framåt ställs det extra stora krav på öppet, tydligt och kommunikativt ledarskap. En av fakultetens viktigaste prioriteringar för kommunikation under 2008 är att utveckla kommunikationskompetensen bland fakultetens chefer och ledare.

### ***2.3 Informatörer – skapar förutsättningar och ger stöd***

Som det står ovan har alla medarbetare en kommunikatörsroll. Det är informatörerna som har ansvar och kompetens att stödja kommunikationsprocesserna genom att hjälpa till med att definiera problem, analysera målgrupper, kanalval och utforma budskap. Nedan listas vilka resurser som finns inom fakultetens kommunikationsarbete, både kontaktpersoner och information om olika verktyg och användbara länkar.

### **Avdelningen för strategisk kommunikation**

Avdelningen ansvarar att skapa förutsättningar för fakultetens interna kommunikation, press- och forskningskommunikation, marknadskommunikation och profilering samt fakultetens webbplats. Avdelningen ger råd om vad som ska kommuniceras, till vem, val av kanaler och tidpunkt och upplägg för kommunikationen. Läs mer om avdelningens verksamhet under rubriken "Avdelningen för strategisk kommunikation" på sid. 8.

Kontaktuppgifter: [www.med.lu.se/om\\_fakulteten/organisation/fakultetskansli](http://www.med.lu.se/om_fakulteten/organisation/fakultetskansli)

### **Kontaktpersoner på institutionerna**

Informationschefen leder ett nätverk av kontaktpersoner som är vidareinformatörer vid fakultetens institutioner. Deras uppgifter varierar mellan institutionerna, men ofta

ansvarar de för institutionens webbplats och de interna informationskanalerna inom institutionen.

I januari 2008 finns följande kontaktpersoner på institutionerna:

- *Institutionen för experimentell medicinsk vetenskap*  
Gyn Nilsson, tel. 046-222 08 75, Gyn.Nilsson@med.lu.se  
Lisette Eklund, tel. 046-222 49 76, Lisette.Eklund@med.lu.se
- *Institutionen för hälsa, vård och samhälle*  
Viveka Ekström, tel. 046-222 95 56, Viveka.Ekstrom@med.lu.se  
Lars Rundgren, tel. 046-222 19 19, Lars.Rundgren@med.lu.se
- *Institutionen för kliniska vetenskaper, Lund*  
Olle Dahlbäck, tel. 070-520 15 05, Olle.Dahlback@med.lu.se
- *Institutionen för kliniska vetenskaper, Malmö*  
Tove Gilvad, Tove.Gilvad@med.lu.se
- *Institutionen för laboriemedicin, Lund*  
vakant
- *Institutionen för laboriemedicin, Malmö*  
Monica Pernrud, tel. 040-39 10 61, Monica.Pernrud@med.lu.se

## Informationsenheten

Informationsenheten inom universitetets centrala förvaltning svarar för universitetets övergripande interna och externa kommunikation och profilering. Informationsenheten ansvarar bl a för universitetets grafiska profil, presskontakter, den universitetsövergripande webbplatsen [www.lu.se](http://www.lu.se) och universitetets tidning LUM (Lunds universitets magasin). Informationsenheten ger även utbildningar i ledarkommunikation och medieutbildning för ledare och forskare.

Information om Informationsenheten samt kontaktuppgifter:  
[www.lu.se/kommunikation/om-informationsenheten](http://www.lu.se/kommunikation/om-informationsenheten)

## Kommunikationsverktyg

Både fakulteten och universitetet centralt har ett antal hjälpmedel och verktyg som medarbetaren själv kan använda i sin kommunikation. Här listas flera av dem:

- Presentationsmaterial om Medicinska fakulteten, t ex broschyrer, PowerPoint-presentationer och mallar:  
[www.med.lu.se/medarbetare\\_och\\_kolleger/hjalpmedel\\_och\\_verktyg/presentationsmaterial](http://www.med.lu.se/medarbetare_och_kolleger/hjalpmedel_och_verktyg/presentationsmaterial)
- Information om fakultetens webbplats och hur det går till att skaffa sig en webbsida inom fakulteten:  
[www.med.lu.se/medarbetare\\_och\\_kolleger/hjalpmedel\\_och\\_verktyg/webbplatsen](http://www.med.lu.se/medarbetare_och_kolleger/hjalpmedel_och_verktyg/webbplatsen)
- Informationsenheten har en matnyttig webbplats om kommunikation:  
[www.lu.se/kommunikation](http://www.lu.se/kommunikation)  
Där finns bland annat information om ramavtal med reklam- och produktionsbyråer, fotografer, annonsförmedlare och tryckerier, universitetets grafiska profil, tips inför mediekontakter och beskrivning av hur du gör en kommunikationsplan.

### **3. Avdelningen för strategisk kommunikation**

Medicinska fakultetens avdelning för strategisk kommunikation har till uppgift att utgöra ett strategiskt ledningsstöd genom att vara signalförstärkare till och från fakultetsledningen, etablera och underhålla strukturer och kanaler för intern och extern kommunikation, ansvara för spridningen av fakultetens budskap och stödja kommunikationsprocesserna.

Omvärldsbevakning och aktiva kontakter internt och externt i samhället, koppling av informations- och kommunikationssatsningar till ledningsarbete, rådgivning i kontakter med massmedia och ett strategiskt varumärkesarbete är ytterligare led i det strategiska kommunikationsarbetet.

För att informations-spridningen ska kunna ske på ett effektivt sätt ger avdelningen fakultetens forskare, lärare och administratörer ett professionellt stöd i informationsfrågor. Avdelningen ger råd om vad som ska kommuniceras, till vem, val av kanaler och tidpunkt och upplägg för kommunikationen.

I stor omfattning samverkar avdelningen med främst informationsavdelningar vid Lunds universitets förvaltning, fakulteter och områden samt Region Skåne och universitetssjukhusen i Lund och Malmö, men även med landets övriga medicinska fakulteter; Vetenskapsrådet, Medicon Valley Alliance, Malmö högskola, näringsliv (Ideon, Medeon, läkemedelsbolag) för kunskapsinhämtning och erfarenhetsutbyte samt för att göra gemensamma informations- och kommunikationssatsningar.

Avdelningen ansvarar inte för rekrytering av studenter. Ansvaret för rekrytering av studenter och information till blivande studenter ligger hos fakultetens Utbildningsavdelning.

På avdelningen arbetar för närvarande fem personer; en forskningsjournalist, en informatör, en webbredaktör, en webbmaster och en informationschef.

Här beskrivs hur Avdelningen för strategisk kommunikation arbetar för att nå de uppsatta målen för kommunikationen under 2008. För att göra informationen överskådlig är den uppdelad under rubrikerna "Ledningsstöd", "Intern kommunikation", "Extern kommunikation" samt "Fakultetens webbplats" även om dessa områden i hög grad är integrerade.

#### **3.1 Ledningsstöd**

För att kunna fungera som ledningens kommunikationsrådgivare och arbeta strategiskt sitter informationschefen med i fakultetsledningen. Medicinska fakultetens avdelning för strategisk kommunikation har i sin strategiska roll särskilt till uppgift att:

- stödja fakultetsledning, prefekter och andra ledningsansvariga i kommunikationsprocesser
- vara stöd till ledningen för ökad transparens beträffande beslut som berör fakultetens medarbetare (rådgivning om riktlinjer, formulering av strategiska budskap och val av kanaler)



- aktivt kommunicera och bidra till arbetet med implementeringen av fakultetens strategiska plan ”*Medicinska fakultetens framtid*”
- stödja ledningen i kriskommunikation
- kontinuerligt analysera, bedöma, planera och följa upp informations- och kommunikationsåtgärder
- genomföra omvärldsbevakning och analyser
- vara rådgivare i kontakter med media
- understödja samhällskontakter och opinionsarbete; med samhällskontakt avses organisationens kontakter med myndigheter, politiker, massmedier och andra företrädare för den allmänna opinionen.
- bidra till att stärka universitetets satsning på strategiskt kommunikationsarbete

### **Prioriterat 2008**

- Under 2008 görs en särskild satsning på att utbilda ledare inom fakulteten i kommunikation (enligt fakultetens strategiska plan).

## **3.2 Intern kommunikation**

Medicinska fakulteten utgör av flera skäl en internkommunikativ utmaning. Fakulteten är en stor organisation med många olika kategorier av medarbetare (totalt ca 1 300, inklusive doktorander), den är geografiskt utspridd, och en stor andel av medarbetarna är dessutom kliniskt verksamma och arbetar alltså för ytterligare en arbetsgivare. Flera av medarbetarna har inte svenska som modersmål. Vid fakulteten finns ca 2 500 grundutbildningsstudenter i olika utbildningsprogram och kurser. För att kunna skapa en fungerande och heltäckande informations- och kommunikationsstruktur vid en organisation med så speciella förutsättningar spelar chefskapet en viktig roll (se avsnitt Ledningsstöd), och det behövs ett väl utvecklat nätverk av vidareinformatörer. För att undvika informationsdiskriminering och av kostnadseffektiva skäl har fakulteten valt en kommunikationsstruktur som i första hand är elektronisk.

Fakultetens avdelning för strategisk kommunikation ansvarar för följande fakultetsgemensamma interna informations- och kommunikationskanaler:

- **Det elektroniska ledningsbrevet Brev från Dekanus**  
Brev från Dekanus är ett ledningsbrev från dekanus till fakultetens samtliga medarbetare som innehåller väsentlig ledningsinformation. Brev från Dekanus publiceras en gång i månaden – vid behov oftare - under terminerna på fakultetens webbplats och samtliga medarbetare meddelas via e-post när ett nytt brev publiceras. Brevet är fakultetsledningens främsta skriftliga kommunikationskanal till fakultetens medarbetare. Ledningsbrevet översätts till engelska.
- **Fakultetens webbplats för medarbetare och kollegor**  
På webbplatsen [http://www.med.lu.se/medarbetare\\_och\\_kolleger](http://www.med.lu.se/medarbetare_och_kolleger) publiceras nyheter, information och verktyg för att underlätta det dagliga arbetet för medarbetare och för ökad transparens. Webbplatsen är åtkomlig för icke-anställda dels för att underlätta för Region Skåne-anställda att komma åt information som också berör dem och dels för att vi står för öppenhet. Innehållet är blandat på engelska och svenska. Här finns även Dialogforum, ett diskussionsforum för fakultetens medarbetare.

- **Det elektroniska veckobrevet e-bulletinen**  
E-bulletinen skickas med e-post varje onsdag kl. 11.00 till fakultetens samtliga medarbetare och består kortfattad aktuell information som berör fakultetens medarbetare. Innehållet är blandat på engelska och svenska.
- **Fakultetens personaltidning Närv.**  
Närv. är fakultetens enda icke-elektroniska forum för och av medarbetare. Närv. syftar till att öka den interna kännedomen om fakultetens olika delar och synliggöra medarbetare samt erbjuda fördjupning inom ett visst aktuellt område av relevans för fakultetens medarbetare. Närv. kommer ut med två nummer per termin och är på svenska.

Därutöver ansvarar avdelningen för följande kommunikativa insatser för att främja den interna kommunikationen i enlighet med målsättningarna:

- stöd till interna kommunikationsprocesser vid förändringsarbete
- stöd vid regelbundna informationsmöten och hearings med fakultetens medarbetare
- leder samarbete med vidareinformatörer inom fakulteten
- kommunikationsrådgivning till arrangörer av interna evenemang/projektledare
- rådgivningsstöd till medarbetare

### **Prioriterat 2008**

- En övergripande utvärdering av hur fakultetens interna kommunikation fungerar påbörjades under hösten 2006 med en kvantitativ enkätundersökning och planeras att slutföras under 2008 med en kvalitativ intervjubaserad undersökning.
- Undersökning av behovet av kommunikationskanaler för att nå studenter.

### **3.3 Extern kommunikation**

Medicinska fakultetens avdelning för strategisk kommunikation ansvarar för följande fakultetsgemensamma externa informations- och kommunikationsinsatser:

- press- och mediakontakter, rådgivning och utveckling av mediastrategier:
  - mediebevakning, analys och uppföljning
  - pressmeddelanden, presskonferenser och andra presskontakter inklusive service till journalister
  - presseminarier
  - expertsvar och expertlista
  - medieträning
- utgivning av populärvetenskaplig tidskrift "Aktuellt om Vetenskap och hälsa" i samarbete med Region Skåne
- fakultetsövergripande presentationsmaterial, så som broschyrer, bilddatabas och PowerPoint-presentationer
- utgivning av Lund Virtual Medical Journal (LVMJ) som månadsvis presenterar publicerade vetenskapliga artiklar vid fakulteten
- populärvetenskapliga arrangemang; Forskningens dag i samarbete med Region Skåne, Natur-, medicin- och teknikdagarna riktade till gymnasieungdomar och andra arrangemang i Lunds universitets regi

- deltagande i redaktionsråd för de medicinska fakulteternas och Vetenskapsrådets gemensamma tidskrift *Forskning och Medicin*
- opinionsarbete i forskningspolitiskt väsentliga frågor, exempelvis genom debattartiklar
- utgöra kommunikationsstöd vid externa evenemang

### **Prioriterat 2008**

- En gemensam satsning på vidareutveckling av vår forskningskommunikation tillsammans med UMAS, UsiL och Region Skåne.
- Översyn av och utveckling av fakultetens press- och mediearbete.
- Marknadsförning inför nylansering av webbplatsen [www.djurforsok.info](http://www.djurforsok.info)  
Webbplatsen informerar om djurförsök i forskning. Bakom den står Sveriges medicinska fakulteter samt Vetenskapsrådet.

### **3.4 Fakultetens webbplats**

Såväl internt som externt och är webben vår främsta informationskanal och vårt ansikte utåt. Detta ställer krav på en professionell hantering av fakultetens webbplats.

Avdelningens arbete med webben syftar till:

- Att upprätthålla en enhetlig webbplats för hela fakulteten inom domänen [www.med.lu.se](http://www.med.lu.se) som uppfyller gällande riktlinjer för myndigheter angående tillgänglighet och användbarhet för funktionshindrade samt de föreskrifter för webbpublicering som beslutats av rektor.
- Att ha en webbplats som är attraktiv, informativ, lättillgänglig och användarvänlig med syfte att bidra till öppenhet och transparens, informera om fakultetens verksamhet; forskning, utbildning och tredje uppgiften samt stärka varumärket
- Att vidareutveckla och upprätthålla en trovärdig, kvalitativ och uppdaterad webbplats genom professionell hantering

För varje sida som finns vid fakultetens webbplats måste en sidansvarig finnas.

Fakultetens avdelning för strategisk kommunikation ansvarar för att webbsidesansvariga får nödvändig kunskap och verktyg i form av mallar, publiceringsverktyg, utbildning och support. Webbsidesansvarig ansvarar för att webbsidan uppdateras och att den grafiska profilen samt gällande lagar och riktlinjer efterlevs. I takt med att fakultetens webbplats byggs ut kommer nätverket med vidareinformatörer och webbsidesansvariga utökas på alla nivåer i organisationen.

Fakultetens avdelning för strategisk kommunikation har det övergripande ansvaret för fakultetens webbplats. Specifikt ansvarar avdelningen för:

- underhåll, utveckling, stöd till utbyggnad av nya webbsidor och samordning av fakultetens webbplats [www.med.lu.se](http://www.med.lu.se) i enlighet med gällande lagar och riktlinjer
- tillhandahållande av utbildning, stöd och rådgivning till fakultetens webbsidesansvariga
- leda nätverk av webbsidesansvariga
- etablera och vidareutveckla kvalitetssäkringssystem
- genomförande av statistiska analyser av besöksfrekvens

- genomförande av målgruppsanalyser och användartester

Webbsidesansvariga är ansvariga för att:

- genomgå den utbildning för webbsidesansvariga som tillhandahålls av fakultetens avdelning för strategisk kommunikation
- följa grafiska profilen och gällande lagar och riktlinjer

Informationsägaren, dvs. den person som besitter kunskapen om informationen (i de flesta fall samma person som är webbsidesansvarig) är ansvarig för att:

- innehållet på webbsidorna är uppdaterat och korrekt

### **Prioriterat 2008**

- Utveckling av fakulteten engelska webbplats.
- Översyn av information till blivande studenter.
- Vidareutveckling av forskningspresentationen.

## Referenser

1. Eriksson, Peter, *Planerad kommunikation*, Liber 2005
2. Sveriges informationsförening, [www.sverigesinformationsforening.se](http://www.sverigesinformationsforening.se)
3. Lunds universitets kommunikationsplattform, [www.lu.se/o.o.i.s/3365](http://www.lu.se/o.o.i.s/3365)
4. Medicinska fakultetens strategiska plan 2007-2011, *Medicinska fakultetens framtid*, <http://www.med.lu.se/content/download/13457/107337/file/Medfak%20strategisk%20plan.pdf>
5. Nordisk Kommunikation, *Lunds universitet, Medicinska fakulteten Kommunikationsdiagnos*, november 2006