



LUNDS
UNIVERSITET

2022-02-01

Biologiska institutionen
Inger Ekström
Kommunikatör

Kommunikationsplan för biologiska institutionen, 2022

Inledning.....	2
Extern kommunikation.....	2
Nuläge och bakgrund.....	2
Syfte och mål.....	3
Målgrupper.....	4
Budskap.....	4
Kanaler.....	4
Arbetsfördelning.....	7
Tid och frekvens.....	8
Utvärdering.....	8
Intern kommunikation.....	9
Nuläge och bakgrund.....	9
Syfte och mål.....	9
Målgrupp.....	9
Budskap.....	9
Kanaler.....	9
Arbetsfördelning.....	11
Tid och frekvens.....	11
Utvärdering.....	11
Grundutbildningskommunikation.....	11
Webb.....	11
Sociala medier.....	12

Inledning

Syftet med denna kommunikationsplan är att förenkla och stärka "vårt interna och externa kommunikationsarbete genom riktlinjer, kartläggning av kanaler och en tydlig ansvarsstruktur.

En kommunikationsplan strukturerar vår kommunikation, gör den mer effektiv och ser till att vi använder rätt kanaler för att nå våra målgrupper. Den hjälper oss att tänka efter vad vi vill uppnå och vilka vi vill kommunicera med. Planen underlättar för oss att sträva mot samma mål och det blir tydligare vem som gör vad och när.

Kommunikationsplanen visar den verksamhet institutionens kommunikatörer driver och stöttar. Planen tar även höjd för projekt med ett stort kommunikationsvärde som inte drivs av institutionens kommunikatörer. Utöver det som specifikt framgår i kommunikationsplanen hjälper vi till med rådgivning, stöd och support i kommunikationsfrågor.

Kommunikationsverksamheten vid institutionen kan delas in i två huvudområden – extern- och internkommunikation. Externkommunikationsområdet kan i sin tur delas upp i utbildnings- och forskningskommunikation.

Under 2021 har grundutbildningen helt och hållet tagit över både sin extern- och internkommunikation angående grund- och avancerad utbildning. De beskriver sin kommunikation själva i slutet av dokumentet.

Institutionens kommunikationsarbete har sin utgångspunkt i samma värdegrunder och visioner som [universitetets strategiska plan](#). Grunden för vårt arbete är Lunds universitets [riktlinjer för kommunikationsarbete \(pdf\)](#) som säger att all kommunikation ska vara sann, korrekt, tillgänglig, öppen, trovärdig och begriplig. Vilket innebär ett målgruppsinriktat arbete med utifrånperspektiv.

Som myndighet måste all vår kommunikation även vara rättssäker och följa gällande lagar, som dataskyddsförordningen (GDPR) och lagen om tillgänglighet till digital offentlig service (DOS-lagen)

Biologiska institutionens kommunikationsplan ska ses över en gång om året. Om behov finns kan vi upprätta enskilda kommunikationsplaner för större projekt eller evenemang.

På grund av coronapandemin utgick 2021 års kommunikationsplan. Årets plan diskuterar således förändringar sedan 2020. Under 2020 hade vi ytterligare kommunikationsförstärkning på webbfrenten både som backup och med sidansvar. En förstärkning som nu har försvunnit. 2022 slutar Jan Olsson och en ny kommunikatör kommer att rekryteras.

Under 2022 kommer vi att börja arbeta med film både inom extern- och internkommunikation. Film är ett medium som har blivit allt viktigare och det är våra yngre målgruppers viktigaste informationskälla. Det är även ett medium som lätt kan anpassas till olika digitala medier.

Extern kommunikation

Nuläge och bakgrund

Med extern kommunikation menar vi all kommunikation som har en annan målgrupp än personal som arbetar på biologiska institutionen.

Bland de prioriterade områdena i Lunds universitets strategiska plan ingår bland annat stimulans av gränsöverskridande och tvärvetenskapliga samarbeten, aktiv

samverkan med det omgivande samhället, synliggörande av verksamheten, vara en inflytelserik röst i vetenskapssamhället, samhällsdebatten och kulturlivet och attraktivt för internationella medarbetare. Alla områden där kommunikation ingår som en självklar del.

2022 kommer vi att fortsätta stödja forskarnas synlighet utåt genom att ge en ökad hjälp och uppföljning av forskningens synlighet i Lunds universitets forskningsportal, skapa dynamiska forskningssidor på vår externwebb och satsa mer på sociala medier. Vi kommer även att hjälpa till med mediekontakter och uppmuntra till medverkan i populärvetenskapliga evenemang.

I vår externkommunikation kommer vi att jobba med att:

- anpassa innehållet så att det kan spridas och delas på olika digitala plattformar
- använda nya och engagerande format för kommunikation genom att kombinera exempelvis film, text, bild och infografik
- förmedla bilden av Lunds universitet som ett internationellt forskningsuniversitet i världsklass genom våra forskningsnyheter
- visa konkreta exempel på Lunds universitet som en innovativ och dynamisk mötesplats genom professionella konferenser

I högskolelagen (1992:1434) står det att det ”I högskolornas uppgift ska ingå att samverka med det omgivande samhället och informera om sin verksamhet samt verka för att forskningsresultat tillkomna vid högskolan kommer till nytta.”

Vår externa och interna kommunikation ska därför vara:

- sann och korrekt
- tillgänglig och öppen
- trovärdig och begriplig
- säker

Vår externkommunikation ska ge stöd åt institutionens strategiska plan genom att bidra till bland annat följande strategiska mål:

- Främja arbetet med nyrekryteringar
- Tillsä att det forskningsnära stödet bidrar till att bevara institutionens konkurrenskraft
- Förbättra vår forskningskommunikation
- Stärka biologiska museets ställning som en oundgänglig infrastruktur för nationell och regional miljöövervakning
- Göra institutionen till en mer attraktiv arbetsplats för yngre forskare
- Locka kandidater med hög potential till vår forskarutbildning

Genom att fortsätta satsa på vår externa kommunikation bidrar vi även till Lunds universitets strategiska plans vision – Lunds universitet är en förebild för hur framtidens kunskap skapas och förmedlas.

Syfte och mål

Syftet är att öka synligheten och kännedomen om institutionen och den forskning som bedrivs här. Lundabiologin ska alltid finnas som första alternativ hos forskare,

media och allmänhet. Syftet är också att binda ihop kommunikationen och ge en samlad bild av biologi och visa att institutionen är en pålitlig och trovärdig källa och en attraktiv arbetsplats. Vår externkommunikation ska öka målgruppernas kännedom och intresse för vår verksamhet.

Samverkan och tredje uppgiften blir allt viktigare i jakten på anslag. Synlighet i media gör det lättare att konkret visa på sådan erfarenhet.

Målet är att ge fördjupad kunskap om biologi och vår verksamhet och göra det lätt för vetgiriga att hitta experter, fakta och nyhetstips. Kommunikationsarbetet ska underlätta för forskare att nå ut med sin forskning och skapa intresse för institutionen och vår utbildning och forskning.

Målet är också att underlätta den tredje uppgiften och att skapa kontakter och samarbeten.

Målgrupper

Målgrupperna är forskare, media, anslagsgivare och allmänhet. De har alla olika behov och förkunskaper men det ska finnas något för alla i vår kommunikation.

- Forskare – hitta andra forskare, se vad som publiceras, skapa samarbeten, nå ut med resultat och pågående forskning.
- Konferensdeltagare – få en lättillgänglig, professionell och relevant information om sitt konferensdeltagande.
- Media – hitta experter och få nyhetstips
- Anslagsgivare – få en överblick och ett professionellt intryck av vår forskning
- Allmänheten – nyfikna på biologi, ställa frågor och hitta svar på dem och fördjupning på biologiartiklar i media, delta i medborgarforskning

Budskap

Vårt övergripande budskap är att vi har en bred verksamhet inom vilken vi är kompetenta experter. Vi förstår, förklarar och förbättrar vår värld och människors villkor.

Effekten blir en ökad synlighet och tillgänglighet av vår verksamhet och på så sätt vill vi locka talangerna bland forskare. Detta kan bidra till att skapa nya samarbeten och leda till anslag.

Kanaler

För att få en sammanhållen och enhetlig kommunikation måste det vara klart vilken information som ska finnas och var den finns. För att underlätta för besökarna ska vi inte upprepa informationen. Den ska finnas på ett ställe dit vi länkar.

Externwebb

Våra externa webbplatser ska:

- följa nationella och internationella riktlinjer för hur man bör arbeta med webbplatser i offentlig sektor.
- hålla hög kvalitet, ha ett tydligt syfte och en eller flera tydliga målgrupper.
- ha ett innehåll som för varje webbplats är anpassat efter respektive målgrupper.

- kopplas ändamålsenligt till andra webbplattformar inom Lunds universitet, som Lunds universitets forskningsportal, LUCRIS.

På vår externa webb ska finnas dels statisk information, dels mer dynamisk information i form av föränderliga puffar, nyheter och film. Från och med 2022 kommer information om grund- och avancerad utbildning att finnas på en egen webbplats som sköts helt av Utbildningskansliet.

Institutionens officiella externwebb skall vara en dynamisk webbplats där forskningen visas fram både med forskarporträtt och nyheter, vilket ger en levande webbplats både på engelska och svenska och underlättar arbetet med sociala medier.

Förutom institutionens officiella svenska och engelska externwebb så ansvarar vi även för webbplatserna LP3, Naturdatavårdskap och LUVRE. Den första är på engelska, övriga två på svenska.

Forskningsinformationen ska på ett övergripande, dynamiskt och populärvetenskapligt sätt berätta om vår forskning. För mer ingående, vetenskapliga texter hänvisar vi besökarna till Lunds universitets forskningsportal. Att texterna är mer populärvetenskapliga underlättar även för forskare, vilka är målgruppen för våra engelska forskningswebbsidor. Besökaren kan snabbt få en överblick av vår forskning och om det är intressant, gå vidare till originalartiklarna eller mer vetenskaplig text i LUCRIS.

Canvas är Lunds universitets lärplattform men kan vara mycket mer än en sådan. Vi bör diskutera om, till vad och hur vi ska använda Canvas. En del forskarutbildningskommunikation kan exempelvis göras bäst genom Canvas. Vissa forskarutbildningskurser använder redan idag Canvas som lärplattform.

Informationen på vår externa webbplats ska finnas på både svenska och engelska. Dels för att vi är en myndighet och myndighetsspråket är svenska i Sverige, dels för att vi ska vara lätt sökbara i Google då svensktalande ofta söker på svenska.

Med ett kontinuerligt nyhetsflöde och en levande externwebb visar vi oss som en aktiv institution i framkanten och en attraktiv arbetsplats.

Webbplatsens innehåll ska styras av besökarens informationsbehov, inte institutionens organisation.

Forskningsportalen/LUCRIS

Lunds universitets forskningsportal är det en utomstående besökare ser. Själva inmatningsgränssnittet kallas LUCRIS. I och med övergången till en ny webb i slutet av 2020 flyttade alla våra forskargrupper, deras projekt och forskarnas personsidor in i forskningsportalen. Flytten gjordes för att inte duplicera texter på externwebben och i forskningsportalen. Alla forskargrups- och infrastruktursidor ska finnas på både svenska och engelska. Alla profilsidor ska ha text på engelska. Fast anställd forskande personal ska även ha text på svenska. Projektsidor kan ha text endast på engelska. Det är viktigt att vi syns med uppdaterad information om forskare, publikationer, projekt och samarbeten i portalen då den inte bara används av externa besökare utan också för olika typer av utvärderingar, som till exempel forskningsutvärderingen RQ20 och för framtagande av beslut om Lunds universitets olika profilområden.

Konferenser

Våra forskare ordnar relativt ofta konferenser. Hur kommunikationen runt en konferens fungerar är mycket viktigt då det ger deltagarna en bild av biologiska institutionen. Konferensanordnare kan få kommunikatörshjälp med att skapa

webbplats, konferenshäfte och annan konferenskommunikation utifrån Lunds universitets grafiska profil.

Facebook

På vårt institutionskonto, *Biologi, Lunds universitet* lägger vi ut forskningsnyheter på svenska och delar relevant information om vad våra forskare sysslar med. På grund av Facebooks algoritmer är det svårt att växa organiskt. Då 71% av internetanvändarna över 8 år använder Facebook ([Svenskarna och Internet 2021](#)) är det en plattform där vi bör finnas och vara sökbara. I dagsläget lägger vi inte mycket tid på institutionens Facebookkonto, utan delar endast nyheter med länk till vår svenska webb eller till artiklar i svenska medier. Våra Facebook-konton kan även användas till att skapa evenemang och annonser. Under 2022 bör vi arbeta mer aktivt med vårt Facebook-konto för att få ett kontinuerligt flöde av uppdateringar.

Twitter

Institutionens Twitterkonto är extern kommunikation på engelska. Kontot används framför allt till att föra ut forskningsnyheter och knyter ihop våra twittrande forskare. Vi skapar ett nätverk där vi länkar till institutionens engelska forskningsnyheter och retweatar intressanta tweets från våra forskare. Annat som visat sig gå bra är tweets om lediga jobb. Institutionens twitterkonto fungerar bra och växer kontinuerligt organiskt. Vi bör arbeta mer aktivt med vårt Twitter-konto för att få ett kontinuerligt flöde av uppdateringar och inte bara förlika oss på retweets.

Fråga en biolog

I en blogg svarar våra forskare på biologifrågor som allmänheten mejlar in. Språket är svenska. Frågelådan har även närvaro på Facebook och twitter. Under 2022 kommer vår andra frågelåda Hur gör djur att bli en del av Fråga en biolog.

Övriga bloggar

Vissa forskningsprojekt, framför allt de som sysslar med medborgarforskning, och labb har egna bloggar som kommunikationskanal. De är ansvariga och sköter sina bloggar själva. Bland övriga bloggar finns både externa och interna bloggar.

YouTube

Institutionen har ett YouTube-konto som vi kan börja arbeta mer aktivt med i och med införandet av kommunikation med hjälp av film. På YouTube kan vi ladda upp videoklipp och dela dem på våra webbplatser.

Utåtriktade aktiviteter

Under ett antal år har vi haft en öppet-hus-aktivitet vi har kallat Biologins dag. Vi har öppnat upp institutionen för allmänheten och gett dem en chans att träffa våra forskare och lära sig mer om biologi. På grund av coronasituationen har vi inte ordnat Biologins dag under 2020 och 2021. Vi har även medverkat på Kulturnatten i Lund.

Lunds universitet ordnar en återkommande vetenskapsvecka med namnet Framtidsveckan. Varje år har veckan olika teman. Centrum för miljö- och klimatforskning (CEC) ordnar Hållbarhetsveckan varje vår. Debatt i Lund är en återkommande paneldebatt som Samhällsvetenskapliga fakulteten ordnar. Att delta i de här evenemangen är bra sätt att nå en bredare publik och öka biologins synlighet. Vi bör jobba för ett ökat deltagande bland våra forskare och ge hjälp och stöd till de som väljer att delta. Med hjälp av en tredje-uppgiften-grupp som kan ge stöd och fungera som idéspruta blir institutionen redo att medverka vid den här typen av evenemang.

Biologishowen är en fartfylld show för alla åldrar. Den finns i en barn- och en vuxenvariant. Showen med sina experiment, lockar till nyfikenhet och kunskap om biologifämnet redan i unga år. Showen medverkar bland annat på NMT-dagarna och Kulturnatten och åker på turné både inom och utom landet.

Ansökningshjälp

Att söka anslag handlar mycket om kommunikation. Marie Dacke har startat en hjälporganisation för anslagssökande. Förutom hjälp med själva forskningsinnehållet kan de sökande även få hjälp med genomläsning av populärvetenskaplig text och med illustrationer och layout.

Övrigt

Våra medarbetare föreläser på Filosoficirkeln, Vetenskapsluncher, Forskarturnén och andra ställen i den mån corona tillåter. De deltar även i tv- och radioprogram.

Arbetsfördelning

Prefekten är webbplatsägare, det vill säga är ytterst ansvarig för att webbplatsen och innehållet överensstämmer med de lagar och regler som finns (till exempel GDPR, upphovsrätt och tillgänglighet). Webbplatsägaren säkrar de resurser som krävs för att innehållet på webbplatsen kan hanteras.

Inger Ekström är webbplatsansvarig, det vill säga är operativt ansvarig och tar redaktionella beslut. Hon är ansvarig för både permanenta webbplatser och tillfälliga konferenswebbar. Det ska alltid finnas en ställföreträdande webbplatsansvarig som kan ta över det operativa ansvaret när den ordinarie webbplatsansvariga inte är på plats. Den nya kommunikátören kommer att bli ställföreträdande webbplatsansvarig.

Inger Ekström ansvar även för eventuell marknadsföring av evenemang och hjälper till med illustrationer till anslagsansökningar och publikationer. En gång om året går Inger Ekström igenom alla externa webbsidor, städar upp och ser till att allt fungerar och är tillgängligt. Inger Ekström ger också stöd och support i kommunikationsfrågor, till exempel råd om vad som ska kommuniceras, till vem, val av kanaler och tidpunkt.

Den nya kommunikátören har huvudansvaret för LUCRIS, de forskargrupper och enheter som önskar ha egna LUCRIS-publicister kan ha sådana. Den nya kommunikátören hjälper forskarna lägga in material i LUCRIS vid behov och ser till att information blir inlagd och uppdaterad. Hen samarbetar med fakultetens pressansvarige i pressfrågor. Den nya kommunikátören kan skriva egna pressmeddelanden om det råder tidsbrist på fakulteten och är behjälplig med mediebevakning, och uppföljning. Hen är också ansvarig för webbnyheter och hjälp och stöd vid outreach. Den nya kommunikátören kan med fördel förse LUM med uppslag.

I första hand ska institutionens kommunikátörer sköta de sociala medierna.

Andreas Nord är ansvarig för frågelådan Fråga en biolog och har en panel av forskare till sin hjälp.

En arbetsgrupp med ansvar för samverkan som kan stödja och hjälpa forskarna att delta i Biologins dag/Kulturnatten, Hållbarhetsveckan och Framtidsveckan och andra utåtriktade aktiviteter bör tillsättas.

Våra forskare och doktorander ska själva se till att de använder våra viktigaste kommunikationsplattformar, att de själva lägger in material i LUCRIS och att de använder Lunds universitets grafiska profil.

Tid och frekvens

Facebookinlägg görs när det finns en ny nyhet eller händelse. Twitter går vi igenom minst en gång om dagen och retweetar intressanta tweet. Nya biologinyheter twittras så fort de finns på vår externa webb. Vi bör sätta upp ett schema och posta gammal forskning vid relevanta tidpunkter, som till exempel vid högtider. Frågorna från *Fråga en biolog* besvaras så fort forskarna har tid och publiceras i bloggens sociala mediekanaler. Webbplatser och information i forskningsportalen uppdateras, skapas och raderas vid behov.

Utvärdering

Antalet följare och interaktioner mäts kontinuerligt. Genom Google Analytics kan vi se hur många besökare vår webb får från olika sociala medier. Vi kan också se hur många besökare vår externwebb och forskningsportalen har, samt hur besökarna beter sig. Webbpublicisterna på LUVRE och Naturdatavärdskapet får en Google Analytics-rapport varje månad. Även administratören på GENECO får en Google Analytics-rapport månadsvis.

Intern kommunikation

Nuläge och bakgrund

Internkommunikationen på institutionen består idag av intern webbplats, blogg, nyhetsbrev, infoskärmar och e-postlistor. Dessutom möten på olika nivåer och i olika konstellationer. I och med coronapandemin blev flertalet möten digitala. Nu finns det ett antal konferensrum där det är möjligt att ha hybridmöten.

I samband med institutionssammanslagningen 2010 startades biologibloggen och nyhetsbrevet *BioBullen*. Internwebben kom till lite senare när arbetet att få ihop storinstitutionens alla webbplatser påbörjades.

Under 2019 lanserades ett antal informationsskärmar innanför institutionens ytterdörrar. Det har medfört att de kalendarier som tidigare fanns på webben nu visas ut på informationsskärmarna.

Vår internkommunikation ska ge stöd till institutionens strategiska plan genom att bidra till bland annat följande strategiska mål och dess åtgärder:

- ge personalen möjlighet att ingå i ett bredare sammanhang
- göra biologiska museet och dess samlingar mer synliga för våra forskare
- öka transparensen gällande institutionens verksamhet

Syfte och mål

Syftet med vår interna kommunikation är att skapa stolthet och stärka vi-känslan samt underlätta för personalen att veta vad som gäller på institutionen och vad som händer. På så vis blir det lättare att planera verksamheten. På en så här stor institution kan alla omöjligt vara med på allting, men med hjälp av vår internkommunikation ska det ändå vara möjligt att följa vad som händer. Internkommunikationen ska även vara lättillgänglig och bidra till en god kännedom om ledningens arbete och strategier.

Målet är att underlätta personalens arbete. Det ska vara lätt att hitta nödvändig information och personalen ska vara välunderrättad. Det ska även vara lätt att jobba på distans och nå personalen under arbetstid oavsett var den befinner sig. Målet är också att inspirera till ytterligare aktiviteter.

Målgrupp

Målgruppen är all personal som arbetar på institutionen kortare eller längre tid.

Budskap

Budskapet är att vi är en aktiv institution som är stolt över att visa upp vår verksamhet. Effekten blir att fler vill synas och dela med sig av sin forskning och sina aktiviteter, och dessutom vill ordna fler aktiviteter.

Kanaler

Kanalerna för intern kommunikation är något lättare att hantera, men tydliggörs ändå nedan.

Internwebb

På vår internwebb ska det finnas information som underlättar personalens administrativa uppgifter vad gäller forskning och kommunikation samt vad som gäller på institutionen angående IT, säkerhet och miljöarbete. Det ska också finnas information om vilka som sitter i vilka grupper samt protokoll och

minnesanteckningar från dessa. Internwebben finns både på svenska och engelska. Alla sidor ska ha en innehållsansvarig som ansvarar för att innehållet är aktuellt.

Biologibloggen

Vi ska använda vår interna blogg för att berätta om saker som har hänt på institutionen. I text och bild beskriver vi kort vad som hänt så att de som inte hade möjlighet att delta ändå blir informerade. Givetvis kan vi inte täcka allt, utan det är mest aktiviteter som ordnas av gruppen vetenskapliga aktiviteter (SACT) och andra mer populärvetenskapliga händelser vi skriver om. På bloggen hamnar också dagordningar och protokoll/minnesanteckningar från våra grupper och nämnders möten innan de läggs ut på vår internwebb. Vi presenterar även nya medarbetare på bloggen. Det finns möjlighet att kommentera inläggen på bloggen. Språket är blandat, det mesta är på svenska men en del är på engelska.

Nyhetsbrev

Vårt nyhetsbrev *BioBullen* kommer ut en gång i veckan, fredag förmiddag. Här beskriver vi kortfattat vad som händer veckan därpå – seminarier, statistikservice, disputationer, möten och andra aktiviteter. Vi listar även institutionen och dess medarbetares genomslag i medierna. Både nationella och internationella medier av alla slag som nämner institutionen eller någon av dess medarbetare tas upp. *BioBullen* är på svenska, men med korta meningar och seminarietitlar på engelska. Det kan vara ett tillfälle för våra internationella medarbetare att lära sig lite svenska.

Epostlistor

Förutom enhets-/forskargruppspecifika e-postlistor har vi två institutionsgemensamma e-postlistor, *Anslagstavlan* och *Biologilistan*, som ska nå alla medarbetare. På *Anslagstavlan* kan alla posta och nå alla. På *Biologilistan* kan endast ett fåtal personer posta. *Biologilistan* ska endast skicka ut sådan information som är mycket viktig och som rör alla på institutionen. Språket är blandat beroende på syfte och avsändare.

Möten

Enheterna, husen och forskargrupperna har olika varianter av informationsmöten. Emellanåt har prefekten stormöten för att berätta om institutionens tillstånd. Den administrativa chefen och ekonomichefen har regelbundna möten med administratörerna och den gemensamma tekniska personalen. Vi ska fortsätta främja digitala möten och hybridmöten genom att utöka användningen av Teams.

Information till nyanställda

Det är viktigt att alla nyanställda får samma relevanta information. Under 2022 startar arbetet med att finna en bra lösning för information till nyanställda.

Informationskärmar

På informationskärmar syns dels de händelser som är inlagda i det gemensamma googlekalendariet, dels de händelser som anordnaren vill trycka på speciellt. Här visas också dagens pasta från Café Le Mani, vädret och eventuell husinformation från intendenten. Informationskärmar är på engelska.

BLAM

Biology in Lund Annual Meeting (BLAM) är en doktorandkonferens för hela institutionen som våra doktorander själva ordnar. Konferensen skapar vi-känsla och alla på institutionen, både forskare, lärare och TA-personal, får en chans att se vad doktoranderna arbetar med.

Presentationspowerpoint

För att underlätta för forskare och lärare att presentera institutionen finns det en powerpoint med statistik och grundläggande information om institutionen.

Arbetsfördelning

Internwebb, blogg, infoskärmar, presentationspowerpoint sköts av Inger Ekström, med input från verksamheten. Inger Ekström håller regelbunden översyn av statistik över internwebb, blogg och nyhetsbrev. Inger Ekström uppdaterar googlekalendariet regelbundet. En gång om året går Inger Ekström igenom hela internwebben, städar upp och ser till att allt fungerar och är tillgängligt. I samband med det kommer det att gå ut en påminnelse till personer ansvariga för innehåll att se över det. Inger Ekström ser över presentationspowerpointen en gång om året.

Förutom kommunikatörerna har jämställdhetsgruppen, prefekt och administrativ chef behörighet att posta på biologibloggen.

I Google-kalendariet kan Armando Ruggiero (Le Mani), Henrik Wendel (husinfo), Nathalie Feiner (torsdagsseminarier) och Stephen de Lisle (statistikservice) posta.

Nyhetsbrevet skrivs av kommunikatörerna, Inger Ekström skriver vad som händer på institutionen och den nya kommunikatören skriver Biologer i media

Epostlistorna administreras av personaladministratörerna.

Vår administrative chef, Joakim Nilsson fortsätter arbeta för att öka möjligheterna för digitala eller hybrida möten genom framför allt Teams.

Vid behov ger institutionskommunikatörerna workshops på BLAM om forskningskommunikation, kommunicera med posters eller andra kommunikationsrelaterade ämnen.

Tid och frekvens

Internwebben ska uppdateras vid behov. Blogginläggen sker när något händer och då så nära händelsen i tid som möjligt. Vid nya inlägg skickar bloggen ut ett e-post-meddelande vid fyra-tiden på eftermiddagen. Nyhetsbrevet kommer ut en gång i veckan på fredag förmiddag under terminstid, utom vid enstaka högtider/lov. Ny information läggs ut på infoskärmar på fredagsförmiddagen i samband med att BioBullen kommer ut. Doktoranderna ordnar BLAM i mars/april varje år. I slutet på januari eller början på februari varje år, då universitetet uppdaterat sina siffror, ska presentationspowerpointen uppdateras.

Utvärdering

Med hjälp av Google Analytics kan vi se hur många besökare vi har på både internwebben och bloggen. Genom nyhetsbrevsprogrammet kan vi se hur många som öppnar mejlet och klickar på länkarna. Samma program skickar också ut mejl om nya blogginlägg, vilket också gör det möjligt att se hur många som öppnar mejlet. Under hösten 2022 kommer vi att göra en kommunikationsutvärdering för att utvärdera förändringarna av institutionens kommunikation.

Grundutbildningskommunikation

Webb

Grundutbildningens svenska och engelska webbplats skall innehålla information primärt riktad till nya studenter och studenter som överväger att söka våra kurser och utbildningar. Det är även viktigt att hjälpa befintliga studenter att till exempel

få detaljerad information inför val av kurser, se programöversikter och examenskrav samt leda dem vidare till mer detaljerad information på andra webbplatser. Målet är att befintliga studenter på sikt ska kunna hitta mer detaljerad information, blanketter med mera på nyskapade sidor i lärplattformen Canvas.

Även för lärare kommer Canvas att utnyttjas för att samla viktig information, vilket då ersätter tidigare internwebb.

Sociala medier

Även Grundutbildningen har ett Facebookkonto, Biology Students in Lund. Detta riktar sig primärt till presumtiva studenter, men även nuvarande studenter kan här se vad som händer och har hänt. Aktiviteten på detta konto ska ökas ytterligare, bland annat genom att nuvarande studenter ges utrymme att berätta om kurser och olika projekt de genomför. På sikt skall även andra sociala medier, som Instagram och Linked-in, användas som komplement.

Grundutbildningen har en blogg för att presentera potentiella examensarbetsprojekt.