

Kommunikasjonsstrategi Farmasøytisk institutt 2020–2022

Vedtatt av instituttstyret 29.1.2020

1. Forankring og varigheit

Instituttets strategi for 2018–22 seier at «(i)nstituttet skal øke synligheten i eksterne miljøer (studentrekruttering, ansattrekruttering, nettverksbygging, internasjonalt forskningssamarbeid, osv).» Kommunikasjonsstrategien er forankra i instituttet sin strategi, og har same varigheit.

Føringar og retningslinjer frå MN-fakultetet og UiO sentralt gjev rammer for kommunikasjonsarbeidet ved FAI.

2. Organisering og årsplanar

Kvart år skal det lagast tiltaksplan for det komande året, med mål som er oppnåelege og målbare så langt det er råd. Årsplanane vert utarbeida av profileringsutvalet i samråd med og etter føringar frå leiinga ved instituttet. Kommunikasjonsrådgjevar har ansvaret for at tiltaka i årsplanen vert gjennomførde. Årsplanen skal sendast styret til orientering.

Profileringsutvalet fungerer som råd- og retningsgjevande ressursgruppe for det profilerande og rekrutterande kommunikasjonsarbeidet.

Eigne kommunikasjonsinitiativ frå enkeltforskarar eller -miljø skal få tilbod om rådgjeving, og støtte til tiltak i den grad det er formålstenleg, fortrinnsvis ved kommunikasjonsrådgjevar.

Instituttet skal leggja til rette for og oppmuntra til at forskarar og studentar driv aktiv formidling og deltek i samfunnsdebatten på fagleg grunnlag.

3. Kanalar

Nettsider (mn.uio.no/farmasi, uio.no/studier og uio.no/for-ansatte)

Eignar seg best til statisk innhald, basisinformasjon om institutt, forskargrupper, studium osv. Desse sidene skal til ei kvar tid vera oppdaterte og kvalitetssikra. Det skal gjennomførast årlege kvalitetskontrollar.

I tillegg legg vi ut nyheiter og oppslag om arrangement, men trafikken til desse må hentast inn frå andre kanalar, der dette er ynskjeleg.

Primære målgrupper

mn.uio.no/farmasi: eksterne forskarar, beslutningstakarar og samarbeidspartnerar, publikum og studentar for innhald retta spesifikt mot desse to målgruppene

uio.no/studier: studentar og potensielle studentar

uio.no/for-ansatte: egne tilsette

Titan

Kanal for eigenproduserte forskningssaker og mellomstasjon til forskning.no.

Primær målgruppe

Publikum

Facebook

Viktig kanal for å driva trafikk til instituttets egne nettsider og Titan. Skal arbeida for å styrka denne.

Primære målgrupper

Publikum, studentar og potensielle studentar, forskarar internt og eksternt

Andre sosiale medier (Twitter, Instagram, LinkedIn osv.)

Prioriterer ikkje desse frå instituttet si side. For eit såpass lite miljø som Farmasøytisk institutt vil ein få lite att for ressursane ein legg ned for å fylgja opp desse kanalane. Dette er ikkje til hinder for at enkeltmiljø eller -personar brukar dei.

Riksmedia

Instituttet skal arbeida aktivt med å få seld inn spesielt interessante saker til riksmedia. Riksmedia skal òg vera ein arena for meningsstoff frå instituttet.

Primære målgrupper

Publikum, beslutningstakarar

Fagmedier

Ein kanal for meir fagspesifikt innhald (redaksjonelt innhald eller meningsinnhald) som er for smalt for riksmedia.

Primære målgrupper

Fagmiljø

Messer, Forskingsdagane, andre publikumsarrangement

Arenaar for formidling og rekruttering ansikt til ansikt.

Primære målgrupper

Publikum, potensielle studentar

Allmøte, e-post

Kanalar for internkommunikasjon, saman med For ansatte-sidene. Instituttet skal arbeida for å stadig gjera denne betre.

Primær målgruppe

Eigne tilsette

Prioriteringa av kanalar kan revurderast undervegs. At nokre målgrupper vert framheva som primære, betyr ikkje at andre er utelukka, t.d. veit vi at forskarar blir kjend med ein del forskning gjennom allmenne media. Men det er ikkje desse målgruppene kommunikasjonen vert tilrettelagt for.

Kommunikasjonsrådgjevar har hovudansvaret for bruken av dei ulike kanalane, i samarbeid med profileringsutvalet der det er hensiktsmessig.