



HÖGSKOLAN
DALARNA

Policy för Kommunikation

Högskolan Dalarnas utmaningar kräver en hög och samlad kompetens inom kommunikationsområdet.

Målet med kommunikationen är att skapa och upprätthålla en god relation med interna och externa intressenter för att utveckla verksamheten och uppnå verksamhetsmålen. Att vårda och stärka Högskolan Dalarnas varumärke är en angelägenhet för alla som arbetar på Högskolan. Det är vår totala kommunikation som skapar bilden av Högskolan.

Vår kommunikation ska präglas av följande:

Saklighet

Högskolan Dalarnas verksamhet ska beskrivas på ett sakligt och nyanserat sätt. Det ökar trovärdigheten i kommunikationen.

Relevans

Informationen ska vara målgruppsanpassad, dvs. relevant ur mottagarens perspektiv när det gäller budskap, språk och tilltal. Det ska inte heller råda någon tvekan om att Högskolan Dalarna är avsändare. Det förutsätter bl a korrekt användning av den grafiska profilen.

Tillgänglighet

All information ska ha ett rakt korrekt och okomplicerat språk och alltid vara lätt tillgänglig. Information på engelska ska tillhandahållas där det är relevant

Kontinuerlig kommunikation

En kontinuerlig och medvetet utförd kommunikation genom olika kanaler ger igenkänningseffekter. Därmed förstärks och tydliggörs bilden av Högskolan Dalarna.

Öppenhet

Högskolan Dalarna omfattas av offentlighetsprincipen. Rätten till insyn i verksamheten ska alltid beaktas. Studenternas inflytande i verksamheten ska betonas. En god intern kommunikation är en förutsättning för att personalen ska kunna vara goda ambassadörer för högskolan.

Ansvar

Varje enskild medarbetare och student har ett eget ansvar att söka information och kommunicera med kollegor, lärare och chefer inom högskolan om förhållanden som har betydelse för verksamheten.

Varje chef ansvarar för att den interna och externa kommunikationen fungerar i den egna verksamheten.

Varje forskare ansvarar för att kommunicera med omvärlden om sin forskning.

Informationschefen ansvarar för att samordna högskolans övergripande interna och externa kommunikation samt marknadsföring. Informationsavdelningen har en rådgivande roll gentemot medarbetare, chefer och ledning när det gäller strategisk kommunikation. I avdelningens uppdrag ingår att i samverkan med övriga avdelningar och akademier upprätta kommunikations- och marknadsföringsplaner samt att bevaka att varumärkes- och kommunikationsstrategier genomförs i enlighet med ledningens beslut.