

## Principper for DTU's kommunikation

---

DTU udvikler og nyttiggør naturvidenskab og teknisk forskning og formidler ny viden til samfundet. For at denne viden når frem til de rigtige interessenter, tilpasser DTU sin kommunikation til de enkelte målgrupper og kommunikerer sine budskaber i et klart og forståeligt sprog i egne og eksterne medier, der er relevante for de enkelte målgrupper.

DTU's kommunikation er tro mod DTU's værdier og er derfor troværdig, engageret og nyskabende. Eksekveringen er effektiv og velovervejet for at sikre, at budskaber, nyheder og anden formidling når frem til de relevante modtagere.

DTU's kommunikation står på tre ben, som i et vist omfang overlapper hinanden i forhold til indhold, målgrupper og mediekkanaler.

- 1) Formidling af DTU's synspunkter om emner af betydning for universitetet.
  - a) Sker f.eks. via DTU's årsrapport, DTU in profile, dtu.dk, debatindlæg, kronikker, årsfesttale og ledere i Dynamo og DTUavisen.
- 2) Målrettet kommunikation til og dialog med DTU's interessenter via egne og eksterne medier.
  - a) Sker f.eks. via Dynamo til beslutningstagere og alumner, Studiekatalog, Åbent Hus og andre informationskampagner til potentielle studerende, DTUavisen til medarbejdere og studerende, Portalen til medarbejdere og studerende (tekst, billeder og video).
- 3) Netværksdialog mellem medarbejdere og studerende indbyrdes og mellem DTU's studerende og medarbejdere og omverdenen. Understøttes af medarbejderes og studerendes kendskab til DTU's holdninger og fakta om DTU.
  - a) Sker f.eks. via seminarer, konferencer, sociale medier, dialogmøder og andre fora.

I strategiperioden vil der i relation til netværkskommunikationen være særlig fokus på DTU's fremtidige brug af digitale medier, herunder sociale medier.

### Kommunikationsmål i strategiperioden

- At understøtte og beskrive DTU's status som et internationalt eliteuniversitet.
- At styrke forståelsen for ingeniørens og den tekniske videnskabs rolle i den bæredygtige udvikling af samfundet.
- At fremme søgningen til DTU's uddannelser blandt de dygtigste unge.
- At bidrage til at kvalificere den offentlige debat med videnbaserede holdninger.
- At udvikle og forbedre materialer og medier til den internationale kommunikation.
- At flytte dele af kommunikationen over på digitale og sociale medier, hvor det er relevant.

### Medier og kanaler

DTU's kommunikation tager afsæt i, at det er modtageren af et budskab, der bestemmer, hvordan det opfattes. For at trænge gennem skal budskaber, nyheder og anden formidling være relevant for modtagerne og eksekveringen skal være professionel.

DTU's kommunikationsaktiviteter har derfor først og fremmest fokus på skabelsen af unikt indhold og på, hvem det skal rettes imod. Indholdet formidles gennem DTU's egne medier, eksterne medier, pr-arbejde, events mv. til DTU's interessenter.

DTU anvender allerede i dag en bred vifte af medier, således at alle relevante målgrupper kan nås:

- Egne digitale medier (dtu.dk, Portalen)
- Egne trykte medier (Dynamo, DTUavisen, Technologist, årsrapporter mv.)
- Sociale medier (Facebook, Twitter, Youtube og Instagram)
- Eksterne medier
- Personlige relationer
- Events, pr, annoncering etc.

Vi vurderer løbende, om DTU's eksisterende medier tilstrækkeligt effektivt rammer interessenterne. Når nye digitale og sociale medier opstår, overvejer vi, om de kan udnyttes til at forbedre DTU's kommunikation.

### **Kommunikation indlejret i DTU's ledelses- styringsprocesser**

DTU måler effekten af sin kommunikationsindsats og justerer og tilpasser indsatsen på baggrund af analyser og resultater af kommunikationsindsatser. DTU's almindelige ledelses- og styringsværktøjer bruges til drøftelser af nye tiltag og til at justere indsatsen. Kommunikationsplaner skal derfor indgå i UMV'er for institutter og andre universitetsenheder.

Effekten af DTU's kommunikation måles gennem læserundersøgelser, webanalyser eller mere generelle undersøgelser af f.eks. DTU's image i offentligheden. Direktion og direktørkreds orienteres efter aftale om resultaterne.

### **Design og akronymet DTU**

Al visuel kommunikation følger retningslinjerne i DTU's designguide.

Når universitetets medarbejdere kommunikerer på vegne af DTU, nævnes DTU altid. Det er akronymet DTU og normalt ikke det fulde navn Danmarks Tekniske Universitet, der benyttes.