

## **Kuopion yliopiston viestintäohjelma 2007–2009**

### **Esipuhe**

Viestintä sisältyy kaikkeen yliopiston toimintaan. Viestintä on Kuopion yliopiston voimavara, jota on suunniteltava, johdettava ja seurattava kuten mitä tahansa muuta yliopiston resurssia.

Edellinen Kuopion yliopiston viestintäohjelma vuosille 2004–2006 valmistui vuonna 2003. Nyt se on uusittu kehitystä vastaavaksi. Viestintäohjelma vastaa osaltaan yliopiston strategiassa vuosille 2007–2015 asetettuihin haasteisiin ja tavoitteisiin, joiden saavuttamisessa viestinnällä on oma tehtävänsä.

Viestintäohjelman laadintaan osallistuivat yliopiston viestinnän ohjausryhmä ja rehtori Matti Uusituvan 14.9.2006 nimittämä työryhmä, johon kuuluivat: johtaja Tarja Eskelinen Minna Canth -instituutista, johtaja Antti Hildén Kielikeskuksesta, professori (ma) Teuvo Kantanen kauppätieteen laitokselta ja hallintopäällikkö Riitta Keinänen A.I. Virtanen -instituutista sekä viestintäosastosta viestintäpäällikkö (ma) Petri Hynynen, viestintäsuunnittelija (ma) Jenni Hyvärinen, alumnikoordinaattori Ulla Kaltiala, viestintäsihteeri Pirkko Mantere ja verkkotoimittaja Marianne Mustonen.

Viestintäohjelma on käsitelty yliopiston yhteistoimintaneuvostossa ja johtoryhmässä 4.4. ja hyväksytty yliopiston hallituksessa 11.4.2007.

## Tiivistelmä

Yliopiston viestintä on tavoitteellista, suunniteltua ja jatkuvaa toimintaa, joka pyrkii aikaansaamaan ja ylläpitämään yhteisön ja sen sidosryhmien ja yleisöjen välistä yhteisymmärrystä ja luottamusta.

Viestintäohjelma täsmentää sekä koko yliopiston viestinnän että viestintäosaston työn peruseriaatteet, tavoitteet, vastuut ja painopistealueet vuosiksi 2007–2009 ja liittyy yliopiston laadunhallintajärjestelmään.

Kuopion yliopiston viestinnän perustana ovat yliopiston arvot: vapaus, oikeudenmukaisuus ja tasa-arvo. Valtionhallinnon viestintäsuosituksen mukaan viestinnän laatuvaatimuksia ovat muun muassa aktiivisuus, avoimuus, asiakaslähtöisyys, vuorovaikutteisuus, kokonaisvaltaisuus, yhteistyöhakuisuus, oikea-aikaisuus, nopeus, luotettavuus, selkokieliisyys ja johdonmukaisuus. Viestintä perustuu yliopiston strategisiin tavoitteisiin.

Yliopiston viestintää johtaa rehtori. Yliopiston viestintäosaston tehtävänä on suunnitella, toteuttaa, koordinoita ja kehittää yliopiston viestintää viestintäohjelman mukaisesti. Osasto tukee yliopiston strategisten tavoitteiden tunnetuksi tekemistä ja saavuttamista sekä erityisesti yliopiston yhteiskunnallisen palvelutehtävän toteuttamista viestinnän keinoin.

Yliopiston viestinnän painopistealueet 2007–2009 ovat:

- verkkoviestintä
- markkinointiviestintä
- alumnitoiminta
- sisäinen viestintä
- muutosviestintä
- viestinnän hyvät käytännöt ja visuaalisen viestinnän ohjeistukset

Osana yliopiston laatutyötä kehitetään työkaluja koko yliopiston viestinnän ja viestintäosaston työn laadun arvioimiseksi, parantamiseksi ja varmistamiseksi. Toiminnan arviointi ja kehittäminen dokumentoidaan viestinnän laatukäsikirjaan.

# SISÄLLYS

Esipuhe

Tiivistelmä

- 1 Viestinnän arvot ja laatu
- 2 Viestintä Kuopion yliopistossa
  - 2.1 Viestintävastuut
  - 2.2 Viestintäyhteistyö
  - 2.3 Sidosryhmät
- 3 Viestinnän painopistealueet 2007–2009
  - 3.1 Verkkoviestintä
  - 3.2 Markkinointiviestintä
  - 3.3 Alumnitoiminta
  - 3.4 Sisäinen viestintä
  - 3.5 Muutosviestintä
  - 3.6 Viestinnän hyvät käytännöt ja yleiset ohjeistukset
- 4 Mediaviestintä, viestintävälineet ja julkaisut
  - 4.1 Mediasuhteet
  - 4.2 Messut ja tapahtumat
  - 4.3 Lehdet, julkaisut ja esittelyaineistot
  - 4.4 Tuotantoyksikkö Kantti
- 5 Viestinnän seuranta ja arviointi

## 1 Viestinnän arvot ja laatu

Viestintä on ihmisten välillä tapahtuvaa viestien lähettämistä ja vastaanottamista. Yhteisö viestii toimintansa lisäksi kertomalla suunnitelmallisesti itsestään ja toiminnastaan kohderyhmilleen. Viestintää tukee yhteisön yhtenäinen visuaalinen linja, jonka avulla yhteisö vahvistaa identiteettiään.

Kuopion yliopiston viestintä pohjautuu yliopiston arvoihin: vapaus, oikeudenmukaisuus, tasa-arvo. Viestinnän kannalta tämä tarkoittaa sananvapautta, tiedon julkisuutta ja saavutettavuutta, yksilön, yhteisöjen ja ihmisryhmien kunnioittamista sekä tiedonvälityksen tasapuolisuutta ja tasa-arvoisuutta.

Valtionhallinnon viestintäsuosituksen (2002) mukaan viestinnän laatuvaatimuksia ovat

- aktiivisuus
- avoimuus ja läpinäkyvyys
- palvelevuus, asiakaslähtöisyys, vuorovaikutteisuus ja palautteen huomioon ottaminen
- kokonaisvaltaisuus ja koordinointi
- yhteistyöhakuisuus
- oikea-aikaisuus ja nopeus
- luotettavuus, riippumattomuus ja puolueettomuus
- selkokieliisyys
- säännöllisyys ja johdonmukaisuus.

Erityisen tärkeänä pidetään sitä, että yksilöt ja yhteisöt voivat saada tietoja vireillä olevista, yleisesti merkittävistä asioista sekä esittää käsityksensä niistä asian käsittelyn eri vaiheissa.

Valtionhallinnon viestinnässä ei tule käyttää todellisuuteen pohjautumatonta mielikuvien rakentelua, joten maineajattelu, jonka mukaan maine perustuu aina ensisijaisesti todelliseen toimintaan, soveltuu valtion yhteisöön hyvin.

Hyvin suunniteltu ja toteutettu viestintä pitää sisäiset ja keskeiset ulkoiset sidosryhmät tietoisina yliopiston tehtävästä, tavoitteista, toiminnasta ja merkityksestä. Viestinnän avulla tuetaan yliopiston markkinointia hyvänä työ- ja opiskelupaikkana, laadukkaana täydennyskoulutuksen tarjoajana sekä luotettavana yhteistyökumppanina. Viestinnän keinoin voidaan lisätä yhteisöllisyyttä ja tukea sidosryhmä- ja alumnitoimintaa.

Yliopiston strategian vuosille 2007–2015 mukaan viestinnän keskeisiä tehtäviä on yliopiston sisäisen ja ulkoisen imagon vahvistaminen.

- Yliopiston tunnettavuutta edistetään viestinnällisin keinoin kansallisesti ja kansainvälisesti verkottuneena terveys-, ympäristö ja hyvinvointitutkimusta tekevänä tiedeyliopistona.
- Viestinnän avulla tuetaan yliopiston profiilia kansainvälisenä ja tutkimusintensiivisenä yliopistona.
- Yliopiston yhteisökuvasta ja sen yhtenäisyydestä pidetään huolta kiinnittämällä huomiota viestinnän sisältöihin ja asioiden esittämistapaan.
- Ulkoista ja sisäistä viestintää kehitetään myös parantamalla eri viestintävälineiden käytön hallintaa.

Strategian mukaan yliopiston profiili määrittyy seuraavalla tavalla:

*Kuopion yliopisto on kansainvälinen, arvostettu terveys- ja ympäristötieteisiin sekä hyvinvointiosaamiseen profiloitunut tutkimusintensiivinen tiedeyliopisto, joka tarjoaa innovatiivisen oppimisympäristön ja toimii aktiivisesti uusien teknologioiden sovellusten kehittäjänä.*

*Kuopion yliopiston tutkimuksen painoalat ovat molekyyli lääketiede, lääketutkimus ja biotekniikka, lääketieteellinen ja hyvinvointiteknologia, ympäristöterveys ja ympäristömuutoksen tutkimus sekä hyvinvointipalvelututkimus.*

*Informaatioteknologia ja liiketoimintaosaaminen tukevat yliopiston profiloitumista ja monipuolistavat yliopiston osaamis pohjaa. Yliopisto vahvistaa osaamis pohjaansa teknis-luonnontieteellisen tutkimuksen ja koulutuksen avulla, jossa pääpaino on lääketieteellisessä tekniikassa ja ympäristötekniikassa.*

*Yliopisto edistää kansainvälisesti korkeatasoisella tutkimuksellaan ja toiminnallaan hyvinvointia ja elämisen laatua valtakunnallisesti sekä Itä-Suomen alueellista elinvoimaisuutta, erityisesti Pohjois-Savon ja Kuopion seudun kehittymistä.*

Kuopion yliopiston viestintäosasto on aktiivinen, yhteistyöhakuinen ja -taitoinen viestinnän asiantuntija. Laatutietoisuus on kaiken viestinnän perustana. Kuopion yliopiston viestintäosaston tehtävänä on tukea yliopiston strategisten tavoitteiden tunnetuksi tekemistä ja saavuttamista sekä erityisesti yliopiston yhteiskunnallisen palvelutehtävän ja vuorovaikutuksen toteuttamista viestinnän keinoin. Viestintää toteutetaan valtionhallinnon viestinnän laatuvaatimusten mukaan ja yliopiston laatujärjestelmää noudattaen.

## **2 Viestintä Kuopion yliopistossa**

Tässä viestintäohjelmassa määritellään Kuopion yliopiston viestinnän rooli ja vastuut sekä linjataan ne viestinnän periaatteet, joiden mukaan yliopiston viestintää suunnitellaan, hoidetaan, seurataan ja kehitetään. Lähtökohtana on viestinnän integroidun ja kokonaisviestinnällisen näkemyksen kehittäminen viestinnän hajautetusta järjestelmästä huolimatta. Näin pyritään varmistamaan se, että viestintä tukee yliopiston strategisia linjauksia ja tavoitteita ja tavoitemielikuvan toteutumista.

### **2.1 Viestintävastuut**

Yliopiston johdolla on kokonaisvastuu viestinnästä. Rehtori toimii yliopiston esimiehenä, käyttää yliopiston puhevaltaa ja edustaa yliopistoa sekä johtaa yliopiston viestintää.

Hallinnollisissa asioissa, muun muassa erilaisia kehittämishankkeita ja henkilöstöä koskevissa asioissa, tiedottamisesta päättää rehtori tai hänen estyneenä ollessaan vararehtorit. Rehtori voi delegoida viestintävastuuta myös virkamiehille, kuten hallintojohtajalle tai viestintäpäällikölle.

Koko yliopiston tasolla viestintää ohjaa ja kehittää viestinnän ohjausryhmä, jonka tehtävänä on seurata viestintäohjelman toteutumista ja vahvistaa viestinnän vuotuiset toimintasuunnitelmat. Lisäksi ohjausryhmä toimii Kuopion yliopistolehden toimitusneuvostona.

Viestintäosasto toimii hallintokeskuksessa rehtorin ja hallintojohtajan alaisuudessa. Osasto avustaa yliopiston johtoa ja muita yliopistolaisia viestinnän suunnittelussa, toteuttamisessa ja kehittämisessä ja vastaa koko yliopiston viestinnän koordinoinnista ja seurannasta. Yhteisten linjausten avulla tehostetaan viestinnän vaikuttavuutta ja lisätään vuorovaikutusta, tiedonvaihtoa ja ymmärrystä yliopiston ja yliopiston sidosryhmien kesken.

Viestintäosasto vastaa yliopiston yhteisökuvan kehittämisestä, mediasuhteista ja -seurannasta, lehdistä, yleisestily materiaaleista, www-pääsivustoista ja verkkoviestinnän kehittämisestä sekä viestinnän ohjeistuksista.

Viestintäosastoon kuuluvat viestintäpäällikkö, viestintäsuunnittelija, verkkotoimittaja, viestintäsihteeri ja alumnikoordinaattori.

Erityisen suuri viestintävastuu on esimiehillä. Laitoksen johtaja ja varajohtaja vastaavat siitä, että tiedonkulku toimii: että työntekijöillä on työn hoitamisen ja työyhteisön hyvinvoinnin kannalta tarpeelliset tiedot yliopiston ja oman yksikön tavoitteista, toimintatavoista ja tuloksista,

ja että tiedonkulku on kaksisuuntaista. Jokaisen yliopistolaisen on omalta osaltaan huolehdittava viestinnästä ja tiedotettava riittävän aikaisin vireille tulevista asioista, jotta asianomaisilla on halutessaan mahdollisuus vaikuttaa asioiden käsittelyyn.

Tutkimusta käsittelevissä asioissa viestintävastuu on tutkimuksen johtajalla hyvän tieteellisen käytännön mukaisesti. Tieteestä tiedottaminen edellyttää tutkijoilta taitoa tiivistää tutkimuksensa tuloksia ymmärrettävään muotoon.

Yliopiston laitokset ja palveluyksiköt vastaavat siitä, että heidän toiminnasta ja palveluista on saatavissa ajantasaista tietoa verkkosivuilla, esitteissä, oppaissa ja muissa julkaisuissa.

Viestintäosasto koordinoi tiedottamista yliopistosta ulospäin. Viestintäosasto avustaa yliopistolaisia mediatiedottamisessa ja tiedostustilaisuuksien järjestämisessä. Tiedotteiden jakelun hoitaa viestintäosasto.

## **2.2 Viestintäyhteistyö**

Viestinnän menestyksellinen toteuttaminen edellyttää viestintäosaston monipuolista yhteistyöverkostoa myös yliopiston sisällä. Yhteistyön rajapintoja eri yksiköiden kanssa on paljon, samoin kehittämistarpeita. Näitä mahdollisuuksia kartoitetaan ja hyödynnetään kustannussäästöjen ja järkevän työnjaon aikaansaamiseksi sekä yliopiston sisäisten että ulkoisten kumppanien kesken.

### **Sisäinen yhteistyöverkosto**

Johtamisviestinnän ja viestinnän linjausten osalta viestintäosaston keskeisiä kumppaneita ovat yliopiston johto, hallitus ja johtoryhmä. Avoimet ja luottamukselliset suhteet yliopiston johdon ja viestintäosaston välillä ovat toiminnan perusedellytys. Viestintäpäällikkö osallistuu kokouksiin ja tilaisuuksiin, joissa käsiteltävistä asioista viestintäosasto tarvitsee tietoa toimintaansa varten. Viestintäosasto on edustettuna työryhmissä, joissa tarvitaan viestintään liittyvää asiantuntemusta. Avainkumppani on myös johdon sihteeri, joka vastaa koko yliopiston tapahtumien ja juhlien järjestelyistä.

Yliopiston perustyö tehdään tiedekunnissa ja laitoksilla ja siellä syntyy myös monenlaista uutisaineistoa, kuten tutkimustulokset ja väitökset. Viestintäosaston tulee luoda ja vaalia vuorovaikutuskanavia niin, että osastossa säilyy tuntuma siihen, mitä tiedekunnissa ja laitoksilla tapahtuu. Laitosten tulisi aktiivisesti kertoa tapahtumistaan viestintäosastolle, jolloin tiedottamiseen voidaan paneutua yhdessä. Laitosten ja yksiköiden tiedottamisesta vastaavien henkilöiden kanssa yhteistyötä tiivistetään.

Koulutuksen markkinoinnissa ja opiskelijarekrytoinnissa yhteistyö on monitahoista. Opiskelijarekrytointia suunnitellaan ja toteutetaan opintoasioiden osaston, viestintäosaston, tiedekuntien ja laitoksien sekä ainejärjestöjen kanssa yhdessä. Yliopiston opiskelijarekrytointia koordinoi opiskelijapalvelujen päällikkö, joka toimii säännöllisesti kokoontuvan rekrytiimin vetäjänä. Rekrytiimin palavereihin osallistuvat myös opintoasioiden osaston suunnittelija, opintoneuvojat, uraohjaaja ja viestintäosaston edustaja. Opiskelijarekrytoinnin vuosisuunnitelman tueksi laaditaan markkinointikonsepti, jossa määritellään koulutusmarkkinoinnin perusviestit, tavoitteet ja käytettävät välineet. Kansainvälisen koulutusmarkkinoinnin suunnittelussa ja toteutuksessa yhteistyötä tehdään kansainvälisten asioiden osaston, laitoksien ja viestintäosaston kesken.

Henkilöstöviestinnässä yhteistyötä tehdään hallinto- ja henkilöstöosaston ja viestintäosaston kesken. Yhteistyö kohdistuu erityisesti yliopiston sisäiseen viestintään, tiedottamiseen henkilöstöasioista, koulutusmahdollisuuksista, rekrytointiin ja yhteisöllisyyden kehittämiseen. Yhteistyö muutostilanteissa henkilöstöosaston ja viestintäosaston välillä on erityisen tärkeää. Muutostilanteista viestiminen suunnitellaan ennakoidusti ja toteutetaan huolellisesti.

Kriisiviestintätilanteissa keskeisiä yhteistyökumppaneita ovat työsuojelupäällikkö ja kiinteistöpäällikkö.

Yliopiston kuvamateriaalin hankinnassa ja arkistoinnissa yhteistyötä tiivistetään viestintäosaston ja oppimiskeskuksen kuvapalvelujen välillä. Kuvapalvelu huolehtii henkilökunnan ja väittelijöiden kuvauksista sekä yliopiston juhlatapahtumien, muun muassa vuosijuhlan ja lukuvuoden avajaisten kuvauksista. Henkilöstön yhteystiedoissa verkkosivuilla suositaan studiokuvia. Viestintäosasto ja kuvapalvelut kehittävät yhteistyötään yliopiston markkinointikuvien tuottamisessa ja Yliopistolehden artikkeleiden kuvittamisessa.

Verkkopalvelujen ja tietoarkkitehtuurin kehittämisessä yhteistyökumppani on yliopiston tietotekniikkakeskus. Yliopiston kirjasto vastaa yliopistossa tuotetun tutkimus- ja muiden julkaisujen käyttöön saattamisesta, säilyttämisestä, tiedottamisesta ja tiedonhallinnasta. Viestintäyhteistyötä kehitetään julkaisutoiminnan osalla. Kielikeskuksen ja oppimiskeskuksen kanssa jatketaan koulutusyhteistyötä tieteestä tiedottamisessa ja verkkokirjoittamisessa.

### **Ulkoinen yhteistyöverkosto**

Yliopiston ulkopuolisista kumppaneista tärkeimpiä ovat tiedotusvälineiden toimittajat, yliopistojen ja opetusministeriön tiedottajat, tiedepuiston organisaatioiden tiedottajat sekä Kuopion kaupungin ja Pohjois-Savon liiton viestintävastaavat. Yhteistyötä tehdään yliopistokampuksella toimivien valtion sektoritutkimuslaitosten kanssa. Kuopion yliopiston viestintäosasto osallistuu yhteisiin tapaamisiin maakunnan koulutusta järjestävien ja julkisten organisaatioiden kanssa. Kuopion tiedepuiston alueen viestintäyhteistyötä kehitetään erityisesti Kuopion yliopistosairaalan ja Teknologiakeskus Teknian kanssa.

Yliopiston kehittämishankkeiden myötä yhteistyö lisääntyy Joensuun yliopiston kanssa. Itä-Suomen liittoyliopiston valmistelutyö edellyttää tiivistä yhteistyötä ja aktiivista tiedottamista molemmilta yliopistoilta, jotta liittoyliopiston hyödyt saadaan markkinoitua eri sidosryhmille. Viestintäyhteistyötä kehitetään markkinointiviestinnässä, erityisesti opiskelijarekrytinnassa. Liittoyliopisto-hankkeen edetessä ajankohtaiseksi tulee liittoyliopiston yhteisen viestintästrategian laatiminen.

Savonia-ammattikorkeakoulun ja yliopiston korkeakoulukonsortioista tiedotetaan yhteisesti mediatiedotteilla, verkkosivuilla ja henkilöstölehdessä. Yhteisiä hankkeita voivat jatkossa olla konsortion teemalehti, opiskelijamarkkinoinnin esite ja yhteisjulkaisut.

## **2.3 Sidosryhmät**

Yliopistolla on sisäisten ja ulkoisten yhteistyöverkostojen lisäksi muita sidosryhmiä. Viestinnän palvelevuuden ja asiakaslähtöisyyden toteuttaminen edellyttää avainsidosryhmien ja heidän tiedontarpeidensa tuntemusta.

Viestintäosaston tehtävänä on pitää avainsidosryhmät tietoisina yliopiston strategiasta, tavoitteista ja tuloksista. Viestinnän avulla luodaan edellytykset yliopiston ja sidosryhmien vuorovaikutukselle.

Yliopiston avainsidosryhmiä ovat oma henkilöstö, opiskelijat (perus- ja jatko-opiskelijat, täydennys- ja aikuisopiskelijat, kv-opiskelijat, ylioppilaskunta), potentiaaliset opiskelijat, opinto-ohjaajat, oppilaitokset, työnantajat, viranomaiset, yliopiston neuvottelukunta, poliittiset päättäjät, rahoittajat, elinkeinoelämän päättäjät ja vaikuttajat, tiedotusvälineet, alumnit ja suuri yleisö.

Viestinnän suunnittelussa ja toteuttamisessa huomioidaan eri kohderyhmien tiedonsaannin ja vuorovaikutuksien tarpeet, yliopistoon kohdistuvat intressit ja odotukset sekä yliopiston omat vaikuttamistarpeet.

### 3 Viestinnän painopistealueet 2007–2009

- verkkoviestintä
- markkinointiviestintä
- alumnitoiminta
- sisäinen viestintä
- muutosviestintä
- viestinnän hyvät käytännöt ja yhteiset ohjeistukset

#### 3.1 Verkkoviestintä

Verkkoviestinnän merkitys yliopiston viestinnässä korostuu. Verkkoviestinnän tehtävä on välittää ajantasaista tietoa kaikille avainsidosryhmille. Verkkoviestinnässä keskeisiä ovat ajantasaisuus, vuorovaikutteisuus ja käyttäjäystävällisyys. Verkkoviestintä on osa yliopiston markkinointiviestintää. Verkkosivuilta välittyvien viestien tulee olla linjassa yliopiston muiden viestintävälineiden tarjoamien viestien kanssa.

Hyvin toteutettu verkkoviestintä on tehokasta sekä viestijälle että kohderyhmälle. Verkkoviestinnässä kiinnitetään huomiota kohderyhmien profilointiin. Verkkoviestintä ei ole aika- tai paikkasidonnaista, tulevaisuudessa myös entistä vähemmän välinesidonnaista uusien mobiiliratkaisujen yleistyessä.

Verkkosivut ovat yhä useammin ensisijainen tiedon lähde. Syksyllä 2006 aloittaneista uusista opiskelijoista ilmoitti opiskelun verkkosivut tärkeimmäksi informaation lähteekseen.

Yliopiston intra eli Kampusnet otettiin käyttöön vuonna 2003. Yliopiston ulkoiset ja sisäiset sivut eriytettiin niin, verkkoviestintä tukee paremmin eri käyttäjäryhmien tarpeita. Kampusnet on sisäisen viestinnän tärkein viestikanava, jossa on laitoksien sisäisten sivujen lisäksi esimerkiksi kalenteritoimintoja ja ryhmätyökaluja. Julkisten verkkosivujen uudet pääsivut julkistettiin vuonna 2004 ja yhteiset sivupohjat ovat käytössä lähes kaikilla laitoksilla.

Verkkosivuja kehitetään yliopiston tärkeimpänä viestintävälineenä suhteessa avainsidosryhmiin. Kaikessa verkkotiedottamisessa kiinnitetään huomiota sivujen selkeisiin sisältöihin, ajantasaisuuteen ja verkkosivujen yhtenäiseen ilmeeseen. Hyvin toimitettu Kampusnet on myös merkittävä me-hengen rakentaja ja hyvän ilmapiirin luoja. Sen avulla tuetaan sisäistä tiedonkulkua.

Viestintäosasto huolehtii verkkoviestinnän kehittämisestä koordinoitusti. Viestintäosaston verkkotoimittaja ja tietotekniikkakeskuksen verkkoasiantuntija opastavat ja tukevat laitoksia sivupohjien rakentamisessa ja käytössä. Verkkotoimittaja huolehtii yliopiston pääsivujen päivittämisestä. Yliopiston tiedekunnat, laitokset ja yksiköt vastaavat verkkosivujensa päivityksestä.

Webtyöryhmän tehtävänä on keskustella yliopiston verkkoviestinnän yleisistä linjauksista. Verkkopalvelujen kehittämisessä yhteistyötä tehdään tietotekniikkakeskuksen ja erityisesti verkkoasiantuntijan kanssa. Tietotekniikkakeskus vastaa tietotekniikka-arkkitehtuurin kehittämisestä ja ylläpidosta sekä tietojärjestelmien teknisestä tuesta ja vastaa keskitetysti tietotekniikkahankinnoista.

Yliopiston verkkosivuilla ylläpidettävät yliopiston www-politiikka, netetiketti ja sähköpostin käyttösuositukset täydentävät viestintäohjelman linjauksia.

### **Kehittämistavoitteet**

- verkkojulkaisujärjestelmän hankkiminen ja käyttöönotto
- englanninkielisten sivujen uusiminen (julkinen ja sisäinen sivusto)
- julkisten ja sisäisten verkkosivujen erottamisen jatkaminen
- esteettömyyden ja käytettävyyden parantaminen
- hakutoimintojen ja navigoinnin parantaminen
- visuaalisen ilmeen kohentaminen, yhtenäisen ilmeen tarkistaminen ja kuvien käytön lisääminen
- vuorovaikutteisuuden lisääminen, esimerkiksi blogi
- verkkoviestinnän ohjeiden uudistaminen huomioimalla esteettömyys- ja käytettävyyden näkökulmat
- huomiota kiinnitetään verkkosivujen sisältöjen toimittamiseen
- Kampusnetin sisällön kehittäminen henkilökunnan tärkeimpänä viestintäkanavana
- verkkoviestinnän tilastoinnin kehittäminen

### **3.2 Markkinointiviestintä**

Yliopiston markkinoinnin tueksi on tarpeellista kehittää yhtenäinen muita viestintäkeinoja täydentävä markkinointiviestintäkonsepti. Tavoitteena on koota yksittäiset markkinointitoimet yhteen ja luodaan yhtenäiset käytännöt yliopiston markkinointiin.

Konseptissa määritellään muun muassa markkinoinnin yleiset linjaukset ja suositukset sekä johdetaan yliopiston strategiasta selkeät perusviestit eri kohderyhmille, muun muassa opiskelija- ja henkilökuntarekrytoinnin pääviestit. Markkinointiviestinnän kehittäminen vastaa osaltaan myös alumnitoiminnan tarpeisiin ja on hyödyksi kaikessa sidosryhmätoiminnassa.

### **3.3 Alumnitoiminta**

Alumnitoiminnan tavoitteena on tukea Kuopion yliopiston yhteiskuntasuhteiden ja -verkostojen kehittämistä ja hoitamista yhteistyössä muiden yliopiston toimijoiden kanssa. Muita tavoitteita ovat yliopiston imagon kehittäminen ja yliopiston tunnettuuden lisääminen, asiakkuuksien hoidon ja asiakkuuden hallinnan kehittäminen, yritysyhteistyön, koulutuksen sisältöjen ja työelämäyhteistyön sekä tutkimusyhteistyön kehittäminen ja varainhankinta.

Alumneiksi luetaan yliopistossa tutkinnon suorittaneiden lisäksi muutkin Kuopion yliopistossa työskennelleet. Yliopistolla voi olla myös kunnia-alumneja sekä yliopiston toimintaa tukevia yritysalumneja.

Yliopiston alumnitoiminta käynnistyi vuonna 2006. Alumnitoiminnasta vastaa alumnikoordinaattori tukenaan alumniryhmä.

Jäsenhankintakampanja Kuopion yliopiston alumniverkoston käynnistyi vuoden 2007 alussa, jolloin Kuopion yliopistosta kautta aikojen valmistuneet, noin 11 000 alumnia, on kutsuttu kirjeitse liittymään alumniverkoston.

Alumnitoiminnan nykytilaa ja siihen liittyviä toiveita yliopiston sisällä selvitetään kyselyllä koulutusaloille ja ainejärjestöille, joita pyydetään myös nimeämään omat alumniyhteyshenkilönsä. Alumniverkoston liittymislomake sisältää kyselyn alumnien toiveista alumnitoiminnan ja alumneille suunnattavan koulutustarjonnan suhteen. Kyselyssä kerättyä tietoa hyödynnetään alumnitoiminnan ja -viestinnän suunnittelussa.

Keskeisenä alumniviestinnän kanavana toimivat yliopiston verkossa julkaistut alumnisivut. Alumniverkoston rekisteröityneet alumnit saavat Yliopistolehden vuosikerran, sähköisen uutiskirjeen viidesti vuodessa ja kutsun yliopiston yhteisiin alumnitapahtumiin. Kuopion

yliopistolehdessä alumnitoiminnasta tiedotetaan teemanumeron lisäksi kaikkiin numeroihin toimitettavilla alumnisivuilla.

Alumniverkoston liittyneiden tiedot tallennetaan sähköiseen rekisteriin, jonka kokoamisesta ja ylläpidosta huolehtii alumnikoordinaattori. Vuoden 2007 aikana viestintäosasto ottaa käyttöön asiakkuuksienhallintajärjestelmän, johon alumnirekisteri siirretään. Järjestelmää hyödynnetään alumnisuhteiden ylläpitämisessä, alumnitoiminnan kohdentamisessa eri ryhmille sekä kyselyjen ja kartoitusten toteuttamisessa.

### **3.4 Sisäinen viestintä**

Hyvin suunniteltu ja toteutettu sisäinen viestintä auttaa yliopistoyhteisön jäseniä hahmottamaan oman roolinsa kokonaisuudessa ja osallistumaan yliopistoa koskevaan päätöksentekoon. Sisäisen viestinnän avulla lisätään henkilöstön hyvinvointia ja tuetaan yhteisen yliopistolaisuuden rakentumista.

Sisäisen viestinnän keskeisiä kysymyksiä ovat miten nopeasti, usein, avoimesti ja ymmärrettävästi asioista kerrotaan. Tehokkaan ja nopean tiedottamisen lisäksi tavoitteena on, että asioista voidaan keskustella jo valmisteluvaiheessa.

Toimiva sisäinen viestintä on myös toimivan ulkoisen viestinnän edellytys. Sisäisen viestinnän avulla varmistetaan, että yliopiston henkilökunnalla ja opiskelijoilla on saatavissa työnsä kannalta oleellinen ja ajankohtainen tieto. Uusille työntekijöille järjestetään perehdyttäminen yliopiston toimintaan ja kerrotaan sisäisen viestinnän käytännöistä.

Yliopiston johdolla ja esimiehillä on keskeinen rooli sisäisessä tiedonkulussa. Sisäisen tiedon kanavina toimivat sisäiset kokoukset ja palaverit, kokouspöytäkirjat ja muistiot ja yksiköitten sisäiset tiedotteet ja dokumentit. Yksiköillä voi olla myös omiin tarkoituksiin räätälöityjä viestintäkanavia esimerkiksi Kampusnetissä. Säännöllisesti järjestettävät johdon tietotorit mahdollistavat ajankohtaiset tiedon saamisen ja vuorovaikutuksen yliopiston johdon ja henkilöstön välillä.

Sisäisen viestinnän tärkein foorumi on Kampusnet, jota kehitetään tehokkaana ja monipuolisena viestintäkanavana. Yliopiston henkilökuntaa suositellaan käyttämään Kampusnetiä tiedonhakuun ja tiedottamiseen. Toinen keskeinen sisäisen viestinnän kanava on kerran kuukaudessa julkaistava henkilöstölehti Kukkonen.

#### **Kehittämistavoitteet**

- sisäisen viestinnän kanavia ja käytäntöjä kehitetään edelleen
- henkilökunnalle järjestetään sisäisen viestinnän viestintäkoulutusta ja tuotetaan käytännön viestintätyötä tukevia ohjeita ja työkaluja
- Kampusnettiä kehitetään tehokkaana, ajankohtaisena ja vuorovaikutteisena viestintävälineenä
- Kukkosta kehitetään henkilöstölehtenä

### **3.5 Muutosviestintä**

Muuttuva toimintaympäristö on aina haaste viestinnälle. Yliopiston strategiassa ja toimintasuunnitelmassa on tunnistettu useita kehityslinjoja, jotka tuovat yliopistolle ja sitä kautta myös viestinnälle haasteita. Näitä ovat muun muassa kansainvälistyminen ja korkeakoulutuksen ja sen rakenteiden kehittäminen. Korkeakoulujen rakenteellisen kehittämisen tavoitteita ovat yliopistojen opetuksen ja tutkimuksen laadun, kansainvälisen houkuttelevuuden ja kilpailukyvyyn vahvistaminen.

Viestinnässä varaudutaan muutosprosesseista tiedottamiseen, kuten valmistautumisesta liittoyliopistoon. Liittoyliopiston toteutuessa laaditaan yhteinen viestintästrategia.

Muutosprosesseista viestiminen on haastavaa. Muutostilanteista on hyvä laatia etukäteen tiedotussuunnitelma yhdessä viestintäosaston kanssa. Tavoitteena on viestiä henkilöstölle valmisteilla olevista asioista jo valmisteluvaiheessa. Muutosviestinnän avainsanoja ovat avoimuus, luotettavuus ja vuorovaikutteisuus.

### **3.6 Viestinnän hyvät käytännöt ja visuaalisen viestinnän ohjeistukset**

Viestinnän käytäntöjä kehitetään helpottamaan kaikkien yliopistolaisten päivittäistä työtä. Verkkosivujen aineistopankkiin kootaan yliopiston asiakirja-, kalvo- ja posterimallit. Mallipohjien käyttö on ohjeistettu käytettäväksi tavallisilla toimisto-ohjelmissa ja ne ovat varustettu yliopiston visuaalisella ilmeellä.

Yhtenäinen visuaalinen ilme on olennainen osa laadukasta viestintää. Yliopiston visuaalinen ilme muodostuu yliopiston tunnuksesta, väreistä, typografiasta ja graafisesta vesielementistä. Yliopiston graafinen ohjeisto sisältää yliopiston tunnukseen ja painotuotteiden ulkoasuun liittyvän opastuksen. Graafinen ohjeisto uusitaan vuoden 2007 aikana ja uudistettu yhtenäinen ilme tuodaan vaiheittain näkyviin kaikissa yliopiston tuotteissa. Yliopiston visuaalista ilmettä sovelletaan verkkosivuilla.

Viestintäosasto opastaa laitoksia graafisen linjan soveltamisessa ja huolehtii, että yliopiston viestintämateriaalit noudattavat yhtenäistä visuaalista ilmettä kautta linjan.

## **4 Mediaviestintä, viestintävälineet ja julkaisut**

### **4.1 Mediasuhteet**

Viestintäosasto työskentelee yliopiston paikallisen ja valtakunnallisen tunnettuuden lisäämiseksi. Viestintäosasto vastaa yliopiston uutisaiheiden ja tutkimusuutisten välittämisestä medialle ja tiedotustilaisuuksien järjestämisestä. Toimittajiin pidetään säännöllisesti yhteyttä ja tarvittaessa järjestetään taustoittavia infotilaisuuksia.

Yliopiston mediasuhteiden hoitamisessa noudatetaan yleisten viestintäperiaatteiden mukaisia toimintatapoja:

- tiedotusvälineitä kohdellaan tasapuolisesti tiedon saannin ja nopeuden suhteen
- mediaviestinnän onnistumiseksi, sisällöllisten ja aikataulullisten päällekkäisyyksien välttämiseksi mediaviestinnässä tehdään yhteistyötä yliopiston laitosten ja viestintäosaston kesken
- viestintäosasto avustaa ja konsultoi tiedottamiseen liittyvissä kysymyksissä, osaston verkkosivuilla on tietopaketti tiedottamisen perusasioista
- tiedotustilaisuuksia järjestetään harkitusti; pääsääntöisesti kun halutaan laaja julkisuus tai silloin kun tiedotusta ei voida hoitaa tiedotteella
- kannustetaan tutkijoita tieteen popularisointiin ja kehitetään tutkimuksen yleistajuistamisen koulutusta yhdessä kielikeskuksen kanssa
- kehitetään verkkopalveluja myös toimittajien kannalta: tapahtumakalenteri, tiedotteiden tausta-aineistot, tutkimushankkeet, asiantuntijahakemisto

## **Kehittämistavoitteet:**

### **Asiakasrekisteri**

Yliopiston tiedottamisen ja sidosryhmäsuhteiden yhteysrekisterit pidetään ajan tasalla ja kattavina. Asiakkuuksien hallintaan hankitaan helposti ylläpidettävä kontaktirekisteri, joka mahdollistaa erilaiset listaukset ja tulostukset. Tavoitteena on yliopiston yhteinen asiakkuuksienhallintajärjestelmä, joka soveltuu yliopiston johdon, viestinnän, alumnitoiminnan ja laitosten tarpeisiin. Toimintapoja ja asiakasrekisterin käyttöä kehittämällä asiakkuuksien hallinnassa on saavutettavissa merkittäviä hyötyjä. Toimiva asiakkuuksien hallinta mahdollistaa palvelutarjonnan kehittämistä asiakaslähtöisesti.

### **Tutkimusrekisteri**

Kuopion yliopisto on mukana Suomen Akatemian toimittajille suunnatussa Etsi Xpertti - palvelussa. Viestintäosasto palvelee median edustajia hakemalla yliopistosta asiantuntijoita ja tutkijoita eri tieteen aloilta. Tiedepalvelun ja tiedostusvälineiden palvelun tueksi on tarvetta perustaa ajan tasalla oleva ja helposti päivitettävä rekisteri yliopiston tutkimuksesta ja asiantuntijoista. Rekisteri toteutetaan opintoasioiden osaston tutkimuskoordinaattorin ja viestintäosaston yhteistyönä.

## **4.2 Messut ja tapahtumat**

Yliopisto osallistuu yleis- ja alakohtaisille messuille harkinnan mukaan. Koko yliopiston tasolla messuprojektien koordinoinnin hoitaa viestintäosasto. Opintoasioiden osastolla on vuosien varrella vakiintuneet käytännöt abi- ja koulutusmessuilla osallistumisesta.

Opintoasioiden osasto järjestää vuosittain yliopistolla abi-päivän, jolloin lukiolaiset tutustuvat yliopistoon ja koulutustarjontaan. Opiskelijarekrytointiin liittyen opintoneuvojat ja koulutusohjelmien edustajat vierailevat lukioissa esittelemässä yliopiston koulutusmahdollisuuksia.

Messujärjestelyissä yhteistyötä tehdään erityisesti Teknologiakeskus Teknian ja Terve Kuopio - hankkeen kanssa. Yhteistyötä voidaan tehdä nykyistä enemmän abi- ja koulutusmessujen osalla myös Savonia-ammattikorkeakoulun ja Joensuun yliopiston kanssa.

Yliopisto järjestää yleisötapahtumia ja -luentoja, esimerkiksi Studia generalia -luentoja.

## **4.3 Lehdet, julkaisut ja esittelyaineistot**

Yliopiston säännöllisesti ilmestyviä painettuja julkaisuja ovat Kuopion yliopistolehti, Kuopion yliopiston Apteekkilehti ja henkilöstölehti Kukkonen. Vuoden aikana julkaistaan yliopiston yleisesite ja esitesarja koulutusmarkkinoinnin tarpeisiin. Muita esitteitä, esimerkiksi laitos- ja hanke-esitteitä toteutetaan tarpeen mukaan. Vuosittain julkaistaan opinto-oppaat ja valintaopas.

### **Kuopion yliopistolehti**

Viisi kertaa vuodessa ilmestyvä Kuopion yliopistolehti esittelee yliopistossa tehtävää tutkimusta ja sen tekijöitä. Lehdessä on ajankohtaisia teemakokonaisuuksia ja osaltaan se viestii yliopiston yhteiskunnallisesta vuorovaikutuksesta. Tiedotuslehden perusaineistoa ovat pääkirjoitus, kolumni, yliopiston tutkimuksen ajankohtaiset aiheet, kampuksen tapahtumat, väitökset ja nimitykset. Vuonna 2007 on meneillään lehden 15. vuosikerta.

Kuopion yliopistolehden jakelu on kohdennettu yliopiston ulkoisille sidosryhmille. Lehti jaetaan yliopiston henkilöstölle ja alumneille.

Lehden peruspainos on 2 400 kpl. Jatkossa varaudutaan lehden painosmäärän kasvuun alumniin tullessa mukaan lehden lukijoiksi. Lehti julkaistaan myös verkossa.

Yliopiston viestinnän ohjausryhmä toimii lehden toimitusneuvostona. Lehden toimittamisesta vastaa viestintäpäällikkö, joka toimii lehden päätoimittajana.

#### **Kehittämistavoitteet**

- sisällön monipuolistaminen: uusien teemojen, sarjojen ja juttutyyppeiden ideointi ja toteuttaminen
- uusi kolumnisarja ja tutkijoiden kutsuminen asiantuntija-artikkeleiden kirjoittajiksi
- yliopiston sidosryhmät ja yhteistyökumppanit näkyvämmiin esiin lehden palstoilla
- alumnitoiminta mukana jokaisessa lehdessä
- lehden ulkoasun uudistaminen ja kehittäminen
- lehden jakelulistojen tarkistaminen ja pitäminen ajan tasalla
- lehden toimituksellinen yhteistyö Kantin ja Joensuun yliopiston kanssa

#### **Kuopion yliopiston apteekkilehti**

Yliopistolehden sisarlehtenä on vuodesta 2005 alkaen kaksi kertaa vuodessa julkaistava Apteekkilehti. Lehden päätoimittaja on apteekkari, joka ideoi teemat ja hankkii asiantuntija-artikkeleiden kirjoittajat. Lehti toimitetaan ja tuotetaan yhteistyössä viestintäosaston kanssa.

Lehden kohderyhmään kuuluvat yliopiston henkilöstö, apteekin kanta-asiakkaat ja sidosryhmät.

#### **Kukkonen**

Kukkonen on kerran kuukaudessa ilmestyvä henkilöstölehti. Lehden sisältöä ovat pääkirjoitus, henkilöstöasioiden kuulumiset, hallituksen päätökset, tapahtumat ja muut henkilöstölle suunnatut ajankohtaiset aiheet ja taustoittavat jutut. Lehden toimituksellisen aineiston ohella lehdessä julkaistaan henkilöstön laatimia kirjoituksia eri aihepiireistä. Kukkonen julkaistaan myös verkkolehtenä Kampusnetissä. Lehden toimittamisesta vastaa viestintäosasto.

#### **Kehittämistavoitteet**

- uusia juttuaiheita ja -sarjoja
- kannustetaan yliopiston henkilöstöä tiedottamaan henkilöstöasioista ja kirjoittamaan lehteen
- kolumnisarja tiedekuntien ajankohtaisista aiheista
- lisätään vuorovaikutteisuutta perustamalla blogi tai keskustelupalsta verkkolehteen

#### **Yliopiston esitteet**

Vuosittain julkaistaan yleisesite, jossa esitellään yliopiston tutkimusta, koulutusta ja yhteiskunnallista vaikuttavuutta. Yleisesitettä jaetaan sidosryhmille ja se toimii yleisenä esittelymateriaalina tapahtumissa ja messuilla. Esitteestä tehdään suomen- ja englanninkielinen painos.

Opiskelun yleisesite ja koulutusohjelmaesitteet vastaavat koulutusmarkkinoinnin tarpeisiin. Viestintäosasto tuottaa opintoasioiden osaston koordinoimana koulutusohjelmaesitteet yhteistyössä laitoksien ja tiedekuntien kanssa. Kansainvälisen opiskelijarekrytoinnin tarpeisiin valmistetaan opiskelun yleisesite ja erilliset esitteet koulutusohjelmista. Esitteet tuotetaan yhteistyössä viestinnän, koulutusohjelmien vastuuhenkilöiden ja kansainvälisten asioiden osaston kesken.

Yliopistossa tehdään runsaasti myös muita esitteitä. Tiedekunta-, laitos- ja hanke-esitteissä sovelletaan yliopiston perusviestejä, noudatetaan yhtenäistä ja tunnistettavaa yliopiston ilmettä. Esitteiden sisällöt suunnitellaan huolellisesti ja erityistä huomiota kiinnitetään kielen oikeellisuuteen ja asioiden sujuvaan esittämistapaan.

Viestintäosasto konsultoi ja avustaa esitteiden sisällön toimittamisessa, kuvittamisessa ja toteuttamisessa sekä asioinnissa kirjapainon kanssa.

### **Julkaisusarjat, oppaat ja raportit**

Yliopiston julkaisusarjasta vastaa yliopiston julkaisutoimikunta. Toimittamisessa tulee kiinnittää huomiota oikeakielisyyteen ja julkaisun huolelliseen viimeistelyyn ennen painatusta. Julkaisusarjojen toimittamisesta on ohjeet kirjaston verkkosivuilla. Julkaisusarjalla on yhtenäinen ulkoasu.

Tiedekuntien opinto-oppaat ja yliopiston valintaopas julkaistaan vuosittain. Oppaiden rakenteita ja asioiden esittämistapoja on yhtenäistetty. Oppaita kehitetään edelleen asiakaslähtöisyyden näkökulmasta.

Yliopiston vuosikertomuksen ja raporttien yleisilmettä ja tekstin luettavuutta parannetaan.

### **Muut esittelyaineistot**

Viestintäosasto vastaa yliopiston yleisen kalvosarjan toimittamisesta. Ajan tasalla oleva kalvosarja on saatavissa viestintäosaston verkkosivuilta. Uuden esittelyvideon tekeminen tulee ajankohtaiseksi vuonna 2008.

## **4.4 Tuotantoyksikkö Kantti**

Kantti on Yleisradion, Kuopion yliopiston ja useiden Pohjois-Savossa toimivien koulutusorganisaatioiden ja yhteisöjen ylläpitämä tuotantoyksikkö, joka tekee journalististen periaatteiden mukaisesti toimitettuja radio- ja tv-ohjelmia sekä Internet-sisältöjä. Kantin tavoitteena on kertoa maakunnan tietotaidosta tieteen ja koulutuksen alueilta.

Kantti on toiminut jo runsaan kymmenen vuoden ajan, ensin omalla taajuudellaan toimivana tiede- ja koulutusradiona ja vuodesta 2006 alkaen tuotantoyksikkönä. Kantti on olennainen osa yliopiston viestintäverkostoa.

Tuotantoyksikkö Kantin jakeluteinä toimivat Yleisradion radio- ja tv-kanavat (Radio Peili, Radio Suomi ja maakuntaradiot sekä tv:ssä Itä-Suomen tv-uutiset, Aamu-tv, Prisma Studio, Akuutti ja Priima).

Kantin verkkopalvelu on osoitteessa [www.kantti.net](http://www.kantti.net), josta löytyvät muun muassa radio- ja tv-ohjelmien verkkoversiot sekä muun muassa Kuopion yliopiston luentosarjojen taltiointit. Lisäksi verkkosivuilla julkaistaan muita juttukokonaisuuksia ja uutissähkeitä.

Tuotantoyksikkö Kantti tekee tutuksi maakunnan tietotaitoa paikallisesti, valtakunnallisesti ja Internetin välityksellä laajemminkin. Kantin toimintaa tulee edelleen kehittää tieteen ja koulutuksen teemojen tuotantoihin erikoistuneena tuotantoyksikkönä.

Viestintäosasto ja Kantti tekevät yhteistyötä Yliopistolehden toimittamisessa.

## **5 Viestinnän seuranta ja arviointi**

Viestintää tulee seurata ja arvioida kuten mitä muuta tahansa yliopiston toimintaa. Viestinnän arvioinnin keskeinen väline on mediaseuranta. Viestintäosasto seuraa säännöllisesti Savon Sanomia, Kuopiossa ilmestyviä kaupunkilehtiä, Karjalaista ja Helsingin Sanomia sekä Medi uutisia, joiden Kuopion yliopistoa käsittelevistä artikkeleista kootaan leikekirjaa. Muiden sanoma- ja aikakauslehtien seuranta on satunnaista. Radio- ja tv-uutisia sekä verkkolehtien uutispalstoja seurataan säännöllisesti, mutta niiden annista ei tehdä koostetta.

Valtakunnallinen mediaseuranta on mahdollista ostaa palvelua tarjoavilta viestintäyrityksiltä. Hyödyllistä onkin hankkia laaja mediaseuranta ja -analyysi vuosittain esimerkiksi yhden, kahden kuukauden ajalta. Myös verkkosivujen käyntikertojen tilastointia, analysointia ja palautejärjestelmää tulee edelleen kehittää.

Viestinnän seurannan ja arvioinnin työkaluja kehitetään viestinnän laadun arvioimiseksi, parantamiseksi ja varmistamiseksi. Viestinnän vaikuttavuutta tutkivien kyselyjen tarkoituksena on selvittää, kuinka hyvin yhteisön viestinnän tavoitteet ovat toteutuneet käytännössä sidosryhmien ja yhteistyötahojen keskuudessa. Kyselyn tuloksia voidaan myös hyödyntää viestinnän tavoitteiden suunnittelussa.

Valtionhallinnon viestintä 2007 -raportissa esitetään viestinnän seurannan ja arvioinnin kytkemistä organisaatioiden viestintä-, toiminta- ja taloussuunnitelmiin. Raportissa esitetään viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmää, jonka avulla voidaan arvioida systemaattisesti viestinnän tavoitteita, tuloksellisuutta ja vaikuttavuutta. Viestinnän seuranta ja arviointijärjestelmä (VISA) on tarkoitettu sovellettavaksi koko valtionhallinnon viestinnän seurannassa ja arvioinnissa.

VISA-mallin seuranta- ja arviointijärjestelmässä painottuvat seuraavat keskeiset arvioinnin kohteet:

- *mediaseuranta ja -analyysi*
- *sidosryhmäviestinnän maine- ja julkisuuskuvamittarit* (tunnettuus, kokemukset, tyytyväisyys, odotukset ja tarpeet, vaikuttamismahdollisuudet/yhteistyömuodot, viestien ymmärrettävyys)
- *verkkoviestintä* (tilastot verkon käyttäjistä ja heidän tarpeistaan. Verkkosivujen arviointi käyttäjälähtöistä: saavutettavuus eli verkkosivujen toimivuus, löydettävyys, navigoitavuus, sisällöllinen kattavuus, palvelun taso, tiedon ajantasaisuus, luettavuus, informatiivisuus, visuaalisuus, esteettömyys, toimivat palautekanavat)
- *palautejärjestelmä* (palautteen systemaattinen kerääminen)
- *viestinnän johtaminen* (viestintä kiinteänä osana kaikkea organisaation toimintaa, jota arvioidaan myös strategisessa ja viestinnän käytännön johtamisessa. Arviointi liittyy suunnitteluun ja tuloksiin, kuten talous- ja toimintasuunnitelmiin.
- *sisäinen viestintä* (viestinnän tavoitteet ja ydinviestien ymmärrettävyys)
- *viestinnän resurssit*

Arvioinnissa voidaan käyttää eri tasoilla yhdistelmiä itsearvioinnista, vertaisarvioinnista ja ulkoisesta arvioinnista.

### **Kehittämistavoitteet**

- mediaseurannan ja -analyysin kehittäminen
- yliopiston tunnettuutta, mielikuvaa ja tiedonkulkua keskeisten sidosryhmien keskuudessa seurataan muutaman vuoden välein toteutettavissa selvityksissä
- keskeisten viestintävälineiden (verkko ja lehdet) toimivuutta selvitetään lukija- ja käyttäjätutkimuksilla
- verkkoviestinnän tavoitettavuutta seurataan verkkopalveluiden kävijämäärillä
- isojen viestintäprojektien onnistumista arvioidaan erikseen niiden päätyttyä
- yliopiston viestinnälle asetetaan vuositason ja pitemmän aikavälin määrälliset ja laadulliset tavoitteet ja sovitaan mittausmenetelmistä

## Viestinnän tunnuslukuja 2006

### Tiedotteet

Tiedekunta tai laitos	Tiedotteet	Tapahtumat	Väitökset	Yhteensä
Farmasia	6	3	11	20
Informaatioteknologia ja kauppatieteet	2	1	2	5
Luonnontieteet ja ympäristötieteet	10	4	25	39
Lääketiede	20	9	37	66
Yhteiskuntatiede	9	10	11	30
Erilliset laitokset	5	12	-	17
Hallinto	82	19	-	101
Muut	-	2	-	2
<b>Yhteensä</b>	<b>134</b>	<b>60</b>	<b>86</b>	<b>280</b>

### Asiantuntijailmoitukset, EtsiXpertti-palvelu

Aihe	Vastauksia
Lääke- ja terveystieteet	22
Yhteiskuntatieteet	3
Poikkitieteellinen	4
Kasvatustiede ja psykologia	3
Ympäristötieteet	11
Elintarviketieteet	3
Eläinlääketiede	1
Tekniikka	1
Biotieteet	2
Luonnontieteet	1
Muut	1
<b>Yhteensä</b>	<b>52</b>

### Kuopion yliopistolehti

Viisi kertaa vuodessa, sivumäärä yhteensä 176

### Kuopion Apteekkilehti

Kaksi kertaa vuodessa, sivumäärä yhteensä 56

### Henkilöstölehti Kukkonen

Yksitoista kertaa vuodessa, sivumäärä yhteensä 136

Yliopiston verkkosivujen käyttäjiä 70 000 viikossa.

Kampusnetin käyttäjiä 4 000–6 000 kuukaudessa.