Stockholms universitet

Upprättad maj 2021, rev. nov 2021, rev. jan 2022, rev. mar 2023, rev. feb 2024, rev. feb 2025

Fysikum

Kommunikationsplan 2025

Innehållsförteckning

Verksamhetsmål, kommunikationsmål, nulägesanalys 1
Målgrupper, budskap, webborg., kanaler, komm, projekt 2
Fysikums fokusområden 3
Mål för Fysikums utbildningar 3
Mål för Naturvetenskapligt basår 3
Intern kommunikation 3
Forskningskommunikation 4
Studentrekryteringskommunikation 4
Fysikums evenemang Outreach och mål 4
Målgrupper och publiceringsfrekvens för de digitala kanalerna 5
Fysikums digitala kanaler 5
Mål för digitala kanalerna 5
Vem är budbärare och när sker kommunikationen 6
Kommunikationsstrategi 6
Uppföljning: avstämning, statistik och utvärdering 6
Budget för PR-kommittén 7
Aktivitetsplan 8
Bilaga 1 – Budskap för Fysikums kommunikation 10

Verksamhetsmål

Målet för Fysikums kommunikationsarbete är att informera både internt och externt om utbildning, forskning, evenemang och att främja studentrekrytering. Kommunikationsplanen för Fysikum ingår i det övergripande Strategidokumentet för Fysikum.

Kommunikationsmål

Kommunikationsmålen stödjer Fysikums verksamhetsmål. Genom kommunikationsinsatserna vill vi öka kännedomen om Fysikums utbildningar och forskning, bekräfta och skapa intresse för fysik och sprida information.

Nulägesanalys – SWOT-analys

- Strengths – (styrkor) – Styrkor är den höga kännedomen om Stockholms universitet och att Fysikum är en del av lärosätet. Vid Fysikum bedrivs internationellt konkurrenskraftig grundforskning och vi har välkända och välrenommerade forskare som bedriver forskning som får finansiella medel och utmärkelser. Vi har lärartäta utbildningar och lärare engagerade i pedagogisk utveckling. Vi har ett flertal eftertraktade verksamheter riktade mot gymnasie- och skolungdomar och allmänheten.
- Weaknesses – (svagheter) – Svagheter är att söktrycket på våra utbildningar och att naturvetenskap (åtminstone fysik och kemi) inte associeras med SU. I vissa sammanhang

Stockholms universitet

kan Fysikums verksamhet missuppfattas ingå i KTH. Det kan vara otydligt hur arbetsmarknaden för studenter från våra utbildningar ser ut.

- Opportunities – (möjligheter) – Fysikums ”varumärke” och synlighet kan stärkas och synligheten i medier och på skolor kan öka. Antalet besökare i digitala medier behöver ökas för att därigenom nå fler blivande studenter. Kontinuerlig samverkan med centrala Kommunikationsavdelningen har inletts och ger högre spridning med möjlighet till att nå fler av målgrupperna. Använda studenter/forskare som ambassadörer i sociala medier.
- Threaths – (hot) – Risk för utebliven finansiering eller ökade kostnader parallellt med färre antal studenter.

Målgrupper

Befintliga och blivande studenter, elever, lärare och utbildningskoordinator i grundskola samt gymnasium, anställda, forskare, potentiella medarbetare, arbetsgivare, beslutsfattare, finansiärer, journalister, allmänhet. Ett stort behov av information finns om våra utbildningar, evenemang och forskning eftersom målgruppernas kunskap om Fysikums verksamhet varierar. Vi vill att målgrupper ska söka till kurser och delta på evenemang. Deras engagemang i våra digitala medier kan öka intresset för Fysikums verksamhet. Utlysningar av doktorand- och postdoc-tjänster sker och marknadsförs.

Budskap

Fysikum följer Stockholms universitets budskap ”Join in”. Konceptet baseras på ett manifest på svenska och engelska med anledningar till varför studenter ska välja Fysikum/Stockholms universitet. Detta gäller studentrekrytering. Alla våra budskap beskrivs i bilaga 2.

Webborganisation

Gunilla Häggström är Fysikums kommunikatör med ansvar för kommunikationen i digitala och fysiska kanaler tillsammans med informationsägare. Gunilla är huvudredaktör för Fysikums svenska och engelska webbplats och ingår i SU:s kommunikatörsnätverk. Gunilla ansvarar också för kommunikationen i sociala medier. Gunilla ingår bland annat i Ledningsgruppen, Kollegiet och PR-kommittén. Emely Kjellsson Lindblom är delredaktör för sidorna om Samarbete och Forskning. Emely är lektor och forskare på MSF samt ordförande i PR-kommittén. Filippa Koskelainen och Malva Rydqvist är delredaktörer för Utbildningssidorna, båda är utbildningskoordinatorer för Fysikum. Ronni Barouta är delredaktör för Om institutionen och ger support till övriga redaktörer och informationsägare. Han är systemtekniker på Tekniska avdelningen. Alexandra Lundholm är delredaktör för Basårets sidor. Hon är studieadministratör för Basåret.

Fysikums kommunikationskanaler

Våra kanaler är: nyhetsbrev till anställda och studenter, en svensk och en engelsk webbplats samt sociala medier såsom Facebook, Instagram, X t.o.m 2024, BlueSky från 2025, YouTube och LinkedIn.
Dessutom Fysikumfika för anställda där ledningen informerar anställda ett antal gånger per år.

Typ av kommunikation

Intern kommunikation, extern kommunikation, forskningskommunikation, studentrekrytering samt information om Fysikums evenemang - Outreach. Även muntlig information på evenemang.

Projekt: Alumnnätverk Fysikum

Malva Rydqvist och Jens Jasche
Fysikum har tidigare haft ett alumnnätverk. Nätverket har varit vilande i några år, men ska nu

Stockholms universitet

återupptas. Syftet är för att stärka kopplingen mellan Fysikums utbildningar och arbetsmarknaden. Alumner kan hjälpa oss förbättra vår utbildning, vara mentorer för nuvarande fysikstudenter, ta emot fysikstudenter på praktik på sin arbetsplats och medverka i våra evenemang, där de får dela med dig av dina erfarenheter och värdefulla kunskaper. Alumner är även en stor del i Fysikums arbete med studentrekrytering, där bl.a. alumnporträtt kan ge tydliga exempel på vad våra studenter kan göra efter sin utbildning.

Fysikums fokusområden

1. Utökat antal förstahandssökanden till Fysikums utbildningar (Mål C1)
2. Utökat antal besök till Fysikums digitala kanaler (Mål C2)
3. Utökat antal deltagare på Fysikums evenemang: ForskarFredag mfl (Mål C3)

Mål för fokusområdena sätts vid varje årsskifte och uppdateras kommande årsskifte.

Fysikums utbildningar - mål

Vi har lärartäta utbildningar och lärare engagerade i pedagogisk utveckling. Vi eftersträvar att få fler studenter till våra utbildningar.
(Mål 2025 i orange, mål 2024 och 2023 samt resultat i blått.)

Kandidatprogrammet i fysik: 30 (Mål 2024: 30 Resultat: 26. Mål 2023: 30* Resultat: 30***)**
Sjukhusfysikerprogrammet: 20 (Mål 2024: 20* Resultat: 16. Mål 2023: 20 Resultat: 15***)**
Masterprogram i fysik, teoretisk fysik och beräkningsfysik: 25 (Mål 2024: 25 Resultat: 17. Mål 2023: 20** Resultat:22****)**
Masterprogram i medicinsk strålningsfysik: 15 (Mål 2024: 15 Resultat: 12. Mål 2023: 20 Resultat: 2** + 6****)**

* Antalet antagna studenter anpassas för att även täcka garantiplatser från basåret
** Antalet studenter som börjar på programmet
*** Befintliga studenter som antagits till kurspaketet i Medicinsk strålningsfysik

Antagningspoäng
Kandidatprogrammet i fysik - urval 1: 18, urval 2: 17
Sjukhusfysikprogrammet – urval 1: 17, urval 2: 16

Urvalsgrupper
*Avslutade gymnasiestudier med komplett behörighet utan komplettering
** Avslutade gymnasiestudier med komplett behörighet med komplettering
***Högskoleprovet

Mål för Naturvetenskapligt basår – (Biologi, Kemi, Fysik)

(Mål 2025 i orange, mål och resultat för 2024 och 2023 i blått.)

Utnyttjade garantiplatser: **20. Mål 2024: 20, resultat: 9. Mål 2023: 20, resultat: 17**.
Påbörjat naturvetenskapligt program på SU efter basåret: **25. Mål 2024: 25, resultat: (inga siffror). Mål 2023: 25, resultat: 20**
Basårsdagen: **50. Mål 2024: 40, resultat: 39. Mål 2023: 40, resultat: 72.**
Webbinarium: **35. Mål 2024: 35, resultat: 30. Mål 2023: 35, resultat: 30.**
Öppet hus: **60. Mål 2024: 60, resultat: (inga siffror). Mål 2023: 60, resultat: 50**
Fysik 1 avklarat: **90. Mål 2024: 90, resultat: 90. Mål 2023: 90, resultat: 84**
Fysik 2 avklarat: **80. Mål 2024: 80, resultat: 74. Mål 2023: 80, resultat: 72**

Stockholms universitet

Intern kommunikation

Fysikums interna kommunikation består till stor del av information från ledningen och våra kommittéer. Det kan också gälla HR-frågor eller evenemang, inlägg från våra studentambassadörer och intervjuer med våra forskare.
Eftersom vi inte har ett intranät finns det mesta av innehållet i Fysikums nyhetsbrev som publiceras av kommunikatören varje måndag, utom vid ledigheter.
Ledningen informerar muntligen på Fysikumfika som sker en vecka efter styrelsemötena. Innehållet består av beslut från styrelsemöten, övrig intern information och en forskare som presenterar sin forskning på ett populärvetenskapligt sätt.
Mål för internkommunikation: se nyhetsbrev under mål för digitala kanaler. Mål för Fysikumfika är 100 deltagare på mötena. Resultat 2024: ca 70 deltagare fysiskt och 10 digitalt.

Forskningskommunikation

Sedan maj 2021 publicerar Kommunikatören intervjuer med Fysikums forskare.
Målet med dessa intervjuer är att ge ett personporträtt av forskaren och presentera forskningen populärvetenskapligt. Dessutom får forskaren ge sina rekommendationer till fysikstudenter och det finns länkar till Fysikums alla utbildningar.
Förutom intervjuer publiceras också populärvetenskapliga artiklar om Fysikums forskning.
Mål för forskningskommunikation: 10 intervjuer och artiklar per år. Resultat 2024: 12 intervjuer.

Studentrekrytingskommunikation

Universitetet har en gemensam kommunikation vid anmälningsperioderna. Kommunikatören gör intervjuer med studenter och alumner. Kommunikatören sprider också studentambassadörernas inlägg från de sociala medierna till övriga kanaler.
Mål för studentrekryteringskommunikation: 10 intervjuer och artiklar per år.

Fysikums evenemang Outreach

Fysikum har ett antal evenemang/kanaler – Outreach - som oftast genomförs fysiskt men även kan arrangeras digitalt. Dessa evenemang riktar sig mot elever, studenter och lärare samt allmänhet.

- **Allmänhet och lärare**
  - **Öppna föreläsningar.** Fysikum ger regelbundet populära öppna föreläsningar om modern fysik.
  - **Forskarfredag.** Vi förmedlar entusiasm för fysik och möter allmänhetens intresse för fysikforskning i samarbete med Vetenskapens Hus. Fysikshow ingår i programmet. Sker i september varje år.

- **Skola och gymnasium**
  - **FysikShow.** Ett samverkansprojekt med syftet att höja intresset för naturvetenskap och forskning, där Fysikums doktorander och studenter medverkar. FysikShow åker till och tar emot klasser från gymnasieskolor, samt deltar i olika evenemang. Vi berättar också om våra utbildningar.
  - **Fysiktävlingen.** En lagtävling i fysikdemonstrationer för årskurs 5 och 6 i grundskolan. Sker i november/december varje år. Sponsorer bidrar med priser.
  - **IYPT träningsläger**. Förberedande forskningsläger inför International Young Physicists Tournament, en av världens största tävlingar inom fysik. Sker varje år november/december. Under ett par dagar får gymnasieelever

Stockholms universitet

vetenskapligt undersöka några IYPT-problem, göra experiment, jämföra med teori samt diskutera spännande fysik, teknik och matematik.
- **Fysikdagarna.** Anordnas för fysikstudenter och återkommer varannat år. Fysikum arrangerade år 2023.

Mål för Outreach

(Mål 2025 i orange, mål och resultat för 2024 och 2023 i blått)

- **Fysiktävlingen: 8** skolor och **23** presentationer – **Resultat 2024: 8 skolor och 23 presentationer. 2023: 6 skolor och 14 presentationer**
- **ForskarFredag: 17** klasser som bokat våra föredrag och **10** bidrag från Fysikum till utställningen – **Resultat 2024: 10 skolor med 11 klasser. 7 olika aktiviteter (lab) och 4 bidrag till utställningen. Resultat 2023: 12 klasser och 2 bidrag**
- **IYPT: 15** deltagare per dag – **Mål 2024: 15 deltagare. Resultat: 7 deltagare per dag. Mål 2023: 12 deltagare. Resultat: 17 deltagare ena dagen och 15 deltagare den andra dagen**
- **Fysikshow: 2500** elever. **Mål 2024: 2500. Resultat: 2300 elever. Mål 2023: Resultat: 2269 elever.**

Målgrupper och publiceringsfrekvens i de digitala medierna

- **Nyhetsbrev**
  - **Internt** – till anställda och studenter på Fysikum. Publiceringsfrekvens: 1 ggr/vecka förutom under semester och julledighet.
  - **Studentvägledning –** till studenter som antagits till utbildningar. Publiceringsfrekvens: utskick efter antagningsperiod.
- **Webbplats**
  - Mål att öka engagemang genom intervjuer, reportage, inbjudningar. Studentambassadör/er kommunicerar om utbildning och studier.
- **Facebook**
  - Mål att öka engagemang genom delad information från webbplatsen med intervjuer, reportage, inbjudningar. Studentambassadör/er kommunicerar om utbildning och studier.
- **Instagram**
  - Mål att öka engagemang genom delad information från webbplatsen med intervjuer, reportage, inbjudningar. Studentambassadör/er kommunicerar om utbildning och studier.
- **Twitter (X) t.o.m. 2024. Från 2025 BlueSky.**
  - Mål att öka engagemang genom att retweeta inlägg samt publicera information från webben med intervjuer, reportage och inbjudningar.
- **YouTube**
  - Förutom öppna föreläsningar, evenemang, korta filmer om forskning och forskare, samt utbildning mm. Textning av filmer behöver göras.
- **LinkedIn**
  - Öka kontakten med alumner, studenter och anställda samt intresserad allmänhet. Även lediga jobb för doktorander m.fl. grupper. Inlägg både på svenska och engelska.

Fysikums digitala kanaler

Målet är att Fysikums digitala kanaler ska vara de primära informationskällorna. De sociala medierna kan få ökad spridning genom att fler anställda och studenter gillar kanalerna och delar innehållet. Mål utgår från antalet besök och engagemang och ökas per år efter

Stockholms universitet

utvärdering. För att uppnå ökningen utförs beskrivna aktiviteter i aktivitetsplanen. Dessa kopplar till aktiviteter i strategidokumenten från flera kommittéer.
De digitala kanalerna är: svensk och engelsk webbplats, nyhetsbrev, sociala medier: Facebook, Instagram, LinkedIn, X (fd Twitter) t.o.m. 2024 och från 2025 BlueSky.

Mål för digitala kanaler

(Mål 2025 i orange, mål samt resultat för 2024 och 2023 i blått)

- **Webbplats, svenska: mål 80 000 (2024: 80 000 besök. Resultat: 73 310 besök. 2023: 70 000 besök. Resultat: 76 526 besök.) - Lägre på hela SU under 2024 pga cookies.**
- **Webbplats, engelska: mål 80 000 (2024: 80 000 besök. Resultat: 62 131. 2023: 80 000. Resultat 2023: 58 261 besök.)**
- **Nyhetsbrev till anställda: mål 60% läst** (ca 1500 personer, motsvarar anställda och studenter). **Resultat 2024: 45% läst. Resultat 2023: 45% läst.**
- **Facebook: mål 2100 (2024: 2000 gillare. Resultat: 1619. 2023: 2000. Resultat: 1358 gillare.)**
- **Instagram: mål 800 (2024: 500 följare. Resultat: 648. Resultat 2023: 547 följare.)**
- ~~**Twitter: 400 (2024: 400 följare. Resultat: Resultat 2023: 374 följare.)**~~ **Avslutat 2024. Från 2025 BlueSky.**
- **YouTube: 1500 (Mål 2024: 1500 prenumeranter. Resultat: 1248. Mål 2023: 1500. Resultat: 1120)**
- **LinkedIn: 1600 (Mål 2024: 600 följare. Resultat: 985. 2023: 300. Resultat: 421.)**

Vem är budbärare och när sker kommunikationen

Fysikum är budbäraren av kommunikationen och det ska synas att Fysikum är avsändaren. Oftast sker kommunikationen i flera digitala kanaler och kan också upprepas samt marknadsföras.
Studentrekrytering börjar kommuniceras någon månad innan ansökningstiderna.
Fysiktävlingen, Forskarfredag IYPT m.fl. sker under varje höst då de också kommuniceras.
Fysikshow och öppna föreläsningar sker kontinuerligt.
Forskningsnyheter, forskning och miljö samt intervjuer med forskare kommuniceras löpande.
Studentvägledare kommunicerar via nyhetsbrev och e-post med blivande och befintliga studenter. Under SACO och Öppet Hus sker kommunikation även muntligt.
Filmer om öppna föreläsningar publiceras löpande på webbplats och på Fysikums YouTube-kanal. Filmade webbinarier om forskning kommer att produceras. Dessa marknadsförs både centralt och lokalt via Fysikums kanaler.

Kommunikationsstrategi

Strategin för kommunikation kopplar till kommittéernas strategidokument och Fysikums övergripande strategidokument.
Fysikums fokusområden är prioriterade: ökat antal förstahandsstudenter, ökat antal besök och engagemang på Fysikums digitala medier och ökat antal besök på Fysikums evenemang.
Kommunikationen sker både muntligt och skriftligt, dels via filmer och digitala kanaler, nyhetsbrev, e-post dels muntligt på evenemang och genom t.ex utbildningskoordinatorer.
Spridning av Fysikums kommunikation sker genom att intervjuer och artiklar publiceras på webbplatsen och sedan i sociala medier. Därigenom får vi trafik som går tillbaka till webben.
Via kontakter med centrala Kommunikationsavdelningen, på Naturvetenskapliga fakulteten och Oskar Klein Centre sprids de intervjuer och artiklar som produceras på Fysikum.

Stockholms universitet

Dessutom kommunicerar studentambassadörer i våra sociala medier.

Uppföljning

Avstämning
Identifiering av aktiviteter efter genomgång av strategidokument för respektive kommitté inom Fysikum. Förutom detta görs avstämning även utbildningskoordinatorer, PR-kommitténs ordförande, administrativ chef, prefekt, ledningsgrupp och styrelse.

Statistik och utvärdering
Kommunikationsansvarig sammanställer statistik för besökare i de digitala kanalerna varje halvår och helår. Statistiken finns samlad i ett särskilt dokument.
Siffror för föregående år finns med i varje kommunikationsplan per år.
Därefter uppdateras målen i Kommunikationsplanen för Fysikum efter varje årsskifte då statistiken är insamlad. Vid detta tillfälle utvärderas effekten av kommunikationsaktiviteterna i planen – om det har givit bra effekt kan aktiviteten fortsätta, annars utökad aktivitet eller borttagen aktivitet, möjligen ersatt av annan aktivitet.
Sedan juni 2023 har Universitetet ett nytt statistikverktyg. Detta påverkar statistiken genom att det nya och gamla verktyget inte mäter besök mm på samma sätt.

Aktivitetsplan
Aktivitetsplanen innehåller kommunikationsaktiviteter som är hämtade från strategidokumenten från PR-kommittén, Grundutbildningskommittén och Arbetsmiljökommittén. Utöver detta även andra löpande och specifika aktiviteter.
Aktiviteterna finns också i verktyget PlanDisc.

Budgetens innehåll

Budget för PR-kommittén innefattar marknadsföring i sociala medier, samt annonsering i tryckta och digitala medier. Vi betalar studenter för deras ambassadörsskap på sociala medier samt deltagande vid evenemang. PR-material vid evenemang ingår samt t.ex bilhyra och material. För att uppfylla tillgänglighetsdirektivet för myndigheter (gäller hela SU) ingår textning av videor. Under 2023 sker marknadsföringen både i Facebook och Instagram.

PR-kommitténs budgetförslag för 2025

Labbmaterial – Fysikshow	10.000
Bilhyra – Fysikshow	10.000
Lokalhyra AlbaNova FR4 – Fysikshow	10.000
Reklammaterial (T-shirts)	10.000
Annonsering (i tidning samt digitalt på Facebook)	80.000
Textning av videoinspelning-öppna föreläsningar	20.000
Student (ambassadörer på sociala medier samt evenemang)	60.000
Representation	10.000
Summa	**210.000**

Stockholms universitet

Aktivitetsplan med kopplingar till Fysikums tre fokusområden

1 = Utökat antal förstahandssökanden till Fysikums utbildningar. (Mål C1, Strategidok)
2 = Utökat antal besök till Fysikums digitala kanaler. (Mål C2, Strategidok)
3 = Utökat antal deltagare på Fysikums evenemang - ForskarFredag m.fl. (Mål C3, Strategidok)

Målgrupp	Aktivitet	Ansvar	Kanal	Fokusområde	Budget	Tidplan
Anställda, studenter	Intervjuer med forskare, nyheter, information från Adm.avd kommittéer	Kommunikatör	Nyhetsbrev, webb, sociala medier	2	Lediga jobb, evenemang, intervjuer. 10% av budgeten	Nyhetsbrev varje vecka. Vissa nyheter på webb och sociala medier.
Studenter: blivande, befintliga, alumner och allmänhet	Studentrekrytering: info om utbildningar, evenemang	Utbildningskoordinator och kommunikatör	Nyhetsbrev, Webb, Sociala medier	1, 2	Marknadsföring i sociala medier – 30% av budgeten fördelat under året	Vid ansökningsperiod 15/4 och 15/10
Lärare och elever i grundskolan, allmänhet	Fysikshow, Forskar-Fredag m.fl	Sergey Koroidov, Sunniva Jacobsen, kommunikatör	Info på webb, nyhetsbrev och sociala medier	1, 2, 3	Marknadsföring i sociala medier – 10% av budgeten	Hösttermin. Breddad rekrytering o kommunikation
Studenter, allmänhet	Öppna föreläsningar	Mohamed B, kommunikatör	Webb, soc. medier och YouTube	1, 2, 3	Textning av video	Efter varje föreläsning
Gymnasieelever	Öppet hus	Utbildningskoordinator, kommunikatör	Nyhetsbrev, Webb, sociala medier	1, 2, 3		Inför varje termin
Gymnasieelever	Lise Meitnerdagarna	Utbildningskoordinator, kommunikatör	Nyhetsbrev, Webb, sociala medier	1, 2, 3		
Gymnasieelever	Forskardagarna	Utbildningskoordinator, kommunikatör	Nyhetsbrev, Webb, sociala medier	1, 2, 3		
Gymnasieelever	IYPT Training Camp	Henrik Ö, kommunikatör	Nyhetsbrev, Webb,	1, 2, 3		

			sociala medier			
Gymnasie-elever	SACO-mässan	Utbildnings-koordinator, kommunikatör	Nyhetsbrev, Webb, sociala medier	1, 2, 3		
Grundskole-elever	Fysiktävling	Sergey Koroidov, kommunikatör	Nyhetsbrev, Webb, sociala medier	1, 2, 3		
Studenter	Arbetsmark-nadsdag	Utbildnings-koordinator, kommunikatör	Webb, nyhetsbrev, sociala medier	1, 2, 3		
Studenter	Webbinarium med forskare	Program-ansvariga, kommunikatör	Nyhetsbrev, webb, sociala medier	1, 2	Kommunice-ras centralt. Kommunika-tör lokalt.	Publiceras under höstterminen och inför ansöknings-period
Anställda, studenter	Miljöarbete Intervjuer med forskare	Fredrik Hellberg, kommunikatör	Nyhetsbrev, webb, sociala medier	1, 2		
Anställda, studenter	Miljöarbete miljövänliga tips	Fredrik Hellberg, kommunikatör	Nyhetsbrev, webb, sociala medier	1, 2		
Anställda	Seminarium om miljö	Fredrik Hellberg, kommunikatör	Nyhetsbrev, webb, sociala medier	1, 2		
Studenter	Publicera självständiga arbeten	Kommuni-katör	Nyhetsbrev, webb, sociala medier	1, 2		
Studenter	Kandidat-, Masterpro-gram	Utbildnings-koordinator och kommunikatör	Nyhetsbrev, webb, sociala medier	1, 2	Marknadsfö-ring 10%	
Studenter	Masterpro-gram efter kandidat	Utbildnings-koordinator, kommunikatör	Nyhetsbrev, webb, sociala medier	1, 2	Marknadsfö-ring 10%	
Studenter	Yrke efter examen för fysiker o sjukhusfys-iker	Utbildnings-koordinator och kommunikatör	Nyhetsbrev, webb, sociala medier	1, 2	Marknadsfö-ring 10%	
Studenter	Synliggöra forskarkurser	Lärare, Utbildnings-	Öppet hus, nyhetsbrev,	1		Årligen vid Öppet hus

Stockholms universitet

		koordinator, kommunikatör	webb, sociala medier			

Bilaga 1

Budskap i Fysikums kommunikation

Syftet med detta dokument är att specificera huvudbudskapen i kommunikationen som beskrivs i kommunikationsplanen.

Budskap i forskningsrelaterad kommunikation

Fysikum är en institution vid Stockholms Universitet med:

- **Ett starkt fokus på forskning** och har forskning på en hög internationell standard och är världsledande forskning i flera fält.
- **Grundforskning** i de flesta områden inom fysiken, inklusive forskning på nya teknologier och teknologier för ett hållbart samhälle.
- **Externa anslag och internationell rekrytering** möjliggör forskningen vid Fysikum.
- **Fysikum har en stimulerande forskningsmiljö och en stark infrastruktur** med välutrustade experimentella laboratorier och beräkningsresurser. Det är en internationell miljö och många av våra forskare har ledande roller i stora internationella samarbeten.

Grundforskning har på lång sikt stor betydelse och påverkan på samhällsutveckling och konkurrenskraft.

Budskap i utbildningsrelaterad kommunikation

I kommunikationen ska vi tydliggöra vår utbildningsprofil och styrkor i relation till andra liknande program vid universitet i Sverige och utomlands.

Fysikum erbjuder:

- **Ett kandidatprogram i fysik, som ger en gedigen utbildning inom fysik** med både bredd och en djup förståelse av fysikens kärnämnen, både klassiska fysikämnen och modern fysik
- **Ett kandidatprogram i fysik som ger en stor flexibilitet för masterprogram i andra ämnen**, som astronomi, meteorologi och lärarutbildning
- **En tvärvetenskaplig utbildning i medicinsk fysik** som kombinerar djupa kunskaper i fysik med tillämpningar i medicin och teknologi
- **Ett masterprogram i medicinsk strålningsfysik** som ges på engelska, vilket är unikt i Sverige och även riktar sig mot engelsktalande studenter
- **En utbildning som ligger nära forskningsfronten** och undervisas av kompetenta forskare och lärare, som även är aktiva i kursutveckling baserat på moderna metoder inom utbildning. Många laboratorieövningar på båda grundnivå och avancerad nivå är nyligen utvecklade och genomförs i forskningslaboratorier.
- **En gedigen utbildning inom metoder** (matematik, statistik, programmering, numeriska metoder, experiment) som en fysiker behöver för fortsatta studier och på arbetsmarknaden

Stockholms universitet

- **En utbildning som gör studenterna till kritiska och kreativa problemlösare**. Utbildningen genomförs ofta i små studentgrupper vilket ger en direkt kontakt till lärare och stödjer lärprocessen.
- **En utbildning som utvecklar ett brett spektrum av färdigheter hos studenterna**, användbara både inom forskning och för arbete utanför akademin. Kritiskt tänkande, utvärdering av resultat, problemlösning, förmåga att snabbt ta till sig ett nytt ämne, förmåga att kommunicera komplexa samband. Även generiska färdigheter utvecklas, inklusive flexibilitet, uthållighet, kreativitet.
- **Examensarbete som genomförs i forskningsgrupper och forskningslaboratorier i en internationell miljö**. För avancerade nivå och forskningsstudier ska vi exemplifiera hur de kan bidra till forskningsfronten i grundforskning och kring nästa generation teknologier, och att de blir väl förberedda att arbete i dessa fält.
- **En välkomnande och stimulerande atmosfär för studier**, undervisade av inspirerande lärare som i många fall är världsledande i sina forskningsfält.
- **Attraktiva utbytesprogram med flera universitet.**

Framförallt djupförståelsen av fysik, kritiskt tänkande och kreativitet är något som profilerar oss och något vi bör trycka på i rekryteringssammanhang. Fysikums utbildning ger verktyg och arbetssätt som är flexibla och som även ger mer generella kompetenser.