

Oppdatert 4. april 2018

Del 1: Innholdsstrategi

Innholdsstrategien er basert på NTNUs innholdsstrategi for sosiale medier

Facebook-siden skal dekke et tema og et fagfelt. Ikke institutt. Skal dekke mer enn kun forskning fra vårt institutt.

NAVN: NTNU Skole og lærer

Formål:

- Forskningsformidling
- Kulturbyggende for fagmiljøet
- Rekruttering

Innhold: Alt innholdet på siden skal ha *tema* som relateres til skole og lærer.

- Nyhetssaker der ansatte ved NTNU blir intervjuet
- Kronikker fra ansatte ved NTNU
- Forskningsaker fra Gemini
- Blogginlegg fra fagmiljøene
- Bilder og videoer av det som rører seg i undervisningen
- Siden skal vise mangfoldet av utdanning og forskning innenfor sidens tematiske fokusområde
- Vi deler ikke informasjon som primært er for studenter og ansatte

Målgruppe: Alle som er interessert i NTNUs forskning og utdanning innenfor tema skole og lærer.

Språk/tone:

- Norsk. Omtrent ett av tre innlegg skal være på nynorsk.
- Vi skal prøve å ha en uformell, men ikke useriøs tone. Eksempel: bruke føler seg-funksjonen, bruke emojis der det passer seg, enkelt språk, rom for humor.
- Vi bruker ikke # på Facebook.
- Prøver å kommentere innleggene vi deler, ikke bare gjengi. For eksempel: dersom en student vinner en pris: skriv "Gratulerer! Så fortjent" Ikke skriv: "en student vant en pris", det står jo i saken fra før...

Ansvar: Monika S. Nyhagen og Pia Farstad Eriksen

Publiseringsfrekvens: Målet er å ha et innlegg hver dag. Innleggene skal publiseres på tidspunktene der følgerne er mest aktive.

Del 2: Retningslinjer for innlegg på NTNU Skole og lærer

Huskeliste for innlegg

- Innlegg skal alltid ha bilde eller video. Vi deler ikke innlegg med bare tekst.
- Tagg den ansatte i innlegget
- Be gjerne personen som er i innlegget om å svare på kommentarene, like og deler innlegget. På den måten når vi ut til deres nettverk også.
- Ikke start innlegget slik «Marit Uthus, førsteamanuensis ved Institutt for lærerutdanning, er intervjuet». Start slik «Politikerne innser ikke at måten de styrer skolen på kan skade elevene, mener forsker fra NTNU, @Marit Uthus».

Hvilke innlegg passer på Facebook?

Forskningsnyhet

Type innhold: Forskningsnyhet, nye funn/resultat, om forskningsaktivitet og forskningsprosjekter. Her inngår også nye publikasjoner, forskningsrapporter.

Medieomtale (presseklipp)

Type innhold: Omtale av prosjekt, forsknings og lignende i mediene.

Ofte er det bedre at andre snakker pent om en enn at man gjør det selv. Gode medieomtaler kan være gull verdt og kan godt spres i sosiale medier hvis saken er god.

Plussartikkel som krever innlogging: Deles ikke.

Kronikker

Kronikker fra ansatte/studenter ved NTNU med tematikk som er relevant. Vi deler ikke kronikker kritiserer vår utdanning og institusjon (selv om den er skrevet av våre ansatte/studenter). Er du usikker? Spør.

Åpne arrangementer

Type innhold: Utstillinger, disputaser, gjesteforelesninger, konferanser, åpninger, kurs med mer.

Vi kan også dele åpne eksterne arrangementer der ansatte fra fagmiljøet deltar med faglige innlegg. Se etter om arrangementer har en facebookside, så kan du tagge eller dele arrangementet i teksten. Legg også arrangementet til på siden.

Studenter eller tidligere studenter ved NTNU gjør noe stort/spesielt som er relevant i forhold til vår tematikk

Type innhold: Priser og utmerkelser (for eksempel Holmboeprisen)

Oppdatert 4. april 2018

Sponsorat

Kan være strategisk lurt. Må vurderes.

Hvilke innlegg passer ikke på Facebook?

Personal: Vi legger ikke ut innlegg om opprykk, bursdager og «hun har blitt pensjonist og vi spiser kake».

Intern informasjon til studenter og ansatte

Er du fortsatt i tvil? Spør deg selv «Hvem er dette viktig for?». Dersom svaret er ansatte ved NTNU eller studentene ved et studieprogram, så hører ikke saken hjemme på Facebook. Sakene skal være interessante for eksterne som er interessert i tema og i utdanningen.