

## Beslut om reviderad webbstrategi för LiU

### Beslut

Linköpings universitet (LiU) beslutar att revidera webbstrategin.

### Skäl till beslut

Föreliggande webbstrategi är en uppdaterad version av det dokument som låg till grund för framtagandet av den nya externa webbplats för Linköpings universitet som lanserades i februari 2017.

Den reviderade webbstrategi som genom detta beslut ersätter Dnr LiU-2015-01017 Webbstrategi vid Linköpings universitet Beslut 2015-06-04, har renodlats för att tydligare fungera som styrdokument och beslutsunderlag för ledningen och en guide för verksamheten och för dem som ska utforma och utveckla universitetets webbnärvaro.

Ärendet har beretts av Webbenheten samt förankrats i Webbrådet.

### Handläggningen av beslutet

Detta beslut har fattats av universitetsdirektör Kent Waltersson efter föredragning av kommunikationsdirektör Mariethe Larsson.



Kent Waltersson



Mariethe Larsson

Kopia:  
Universitetsledning  
Dekaner  
Prefekter  
Administrativa chefer  
Kanslichefer  
UDL  
Internrevisionen  
De lokala fackliga organisationerna  
Studentkårerna  
LiU-Nytt  
Regelsamlingen

# Webbstrategi vid Linköpings universitet

Detta dokument ersätter:

*Webbstrategi vid Linköpings universitet Beslut 2015-06-04, Dnr LiU DNR LIU-2015-01017.*

## Innehåll

<b>Förord .....</b>	<b>3</b>
<b>Webbstrategi .....</b>	<b>4</b>
<b>Webbplatsens syfte och effektmål .....</b>	<b>5</b>
Lätt att hitta rätt .....	6
Utbildning .....	6
Forskning .....	6
Samverkan .....	7
<b>Ansvar och organisation .....</b>	<b>8</b>
Ansvar för webbplatsen .....	8
Webborganisation .....	8
Legal krav, riktlinjer och tillgänglighetsanpassning .....	9
<b>Innehåll på webbplatsen .....</b>	<b>10</b>
Externt innehåll .....	10
Externa målgrupper .....	10
Nyckelinnehåll .....	10
Varumärke och grafisk profil .....	11
Språk .....	11
Klassificering av innehåll .....	11
Sök .....	12
Integrerat innehåll/datakällor .....	12
<b>Tekniska ställningstaganden .....</b>	<b>13</b>
Teknisk plattform för LiU:s webbplats .....	13
Domännamn .....	13
Mobil anpassning .....	13
Kampanjer .....	13
Anpassade webbplatser .....	13
Konferenser .....	14
<b>Användbarhetstestning och utvärdering .....</b>	<b>14</b>
<b>Relaterade dokument och webbsidor .....</b>	<b>14</b>

## Förord

Föreliggande webbstrategi är en uppdaterad version av den webbstrategi som låg till grund för framtagandet av den nya externa webbplats för Linköpings universitet som lanserades i februari 2017.

När den tidigare webbstrategin beslutades 2015 pågick arbetet i projektform och dokumentet innehöll flera avsnitt som egentligen syftade till att styra hur den nya liu.se skulle byggas upp.

Två år efter lanseringen är det dags att revidera webbstrategin utifrån erfarenheter under tiden sedan lanseringen och att renodla dokumentet som styrdokument och beslutsunderlag för ledningen och en guide för verksamheten och för dem som ska utforma och utveckla universitetets webbnärvaro.

I Linköpings universitets webbstrategi ligger fokus på den externa webbnärvaron på LiU:s webbplats liu.se. Webbstrategin innebär en medveten, långsiktig plan för hur universitetet ska använda webbplatsen som stöd för att uppnå sina mål. Den ger också förutsättningar för att webbplatsen ska tillgodose besökarens behov. Målen ska följas upp, mätas och utvärderas för att kunna se om de uppfylls och om webbplatsen ger avsedd nytta och effekt.

Detta dokument är en revidering av webbstrategin som beslutades 2015 och ersätter därmed dokumentet *Webbstrategi vid Linköpings universitet Beslut 2015-06-04, Dnr LiU DNR LIU-2015-01017*.

Webbstrategin och beslutet om webborganisation *Beslut om ny webborganisation vid LiU 2017-01-24 DNR LiU-2017-02093-9* utgör tillsammans grunden för arbetet med LiU:s externa webbplatser.

## Webbstrategi

I Linköpings universitets webbstrategi ligger fokus på den externa webbnärvaron på LiU:s webbplats liu.se. Webbstrategin innebär en medveten, långsiktig plan för hur universitetet ska använda webbplatsen som stöd för att uppnå sina mål. Den ger också förutsättningar för att webbplatsen ska tillgodose besökarens behov. Målen ska följas upp, mätas och utvärderas för att kunna se om de uppfylls och om webbplatsen ger avsedd nytta och effekt.

Webbstrategin fungerar som ett beslutsunderlag för ledningen och en guide för verksamheten och för dem som ska utforma och utveckla universitetets webbnärvaro.

Kommunikationsdirektören ansvarar för webbstrategin samt ändringar och uppdateringar av den.

Nedanstående ledord beskriver grundtankarna för LiU:s webbplats och hur arbetet med att utforma och utveckla denna ska bedrivas.

### *Attrahera – inspirera – engagera*

*Webbplatsen ska attrahera och inspirera besökarna att tillsammans med Linköpings universitet ta sig an samtidens utmaningar.*

### *”Rätt innehåll för rätt besökare”*

*LiU:s webbplats har ett målgruppsanpassat innehåll där besökarna snabbt och enkelt hittar fram till just det innehåll eller den funktion som de behöver. Väl där känner de tillit och trygghet i att ha kommit rätt. Vi känner våra besökare och deras behov så väl att vi till och med kan tipsa om och lotsa till innehåll och kontakter de själva inte visste att de ville ta.*

### *”Lätt att ta rätt kontakt”*

*LiU:s webbplats erbjuder tydliga och personliga kontaktvägar in till verksamheten anpassade utifrån var på webbplatsen besökaren befinner sig. Besökare som vill ta det första steget till utbyte med Linköpings universitet ska lätt kunna ta rätt kontakt, oavsett om det handlar om studier, forskningssamarbete eller en framtida anställning. Medarbetarna presenteras i sitt sammanhang och fungerar som kontaktnoder och ingångar. Det ska alltid finnas en möjlighet att få hjälp att bli lotsad rätt.*

### *”Berättelser om universitetets verksamheter, studenter och medarbetare som inspirerar till engagemang”*

*Linköpings universitet är sina ambitiösa studenter och nytänkande medarbetare, sin världsledande forskning och sina attraktiva utbildningar. Våra besökare får se det verkliga universitetet med alla dess utmaningar och*

*verksamhet som pågår just nu. De kan identifiera sig med människorna som finns där och bli inspirerade av dem som förebilder, vilja börja studera eller se dem som framtida kollegor. Levande berättelser ger besökarna en känsla av att vara på plats och att själva vilja delta.*

#### *"Nya lösningar för framtidens webb"*

*På LiU:s webbplats vågar vi testa nya vägar för att tillgodose besökarnas behov, såväl befintliga som framtida. Förnyelse är en ledstjärna både för webbplatsens innehåll som med annorlunda grepp lyfter fram medarbetare och verksamhet på ett inspirerande sätt, och för ny teknik som tillämpas när det är motiverat och fyller sitt syfte. Vi testar och experimenterar, gärna i samarbete med universitetets utbildning och forskning. Resultatet är en webbplats som ligger i framkant och som skiljer sig från traditionella universitetswebbar.*

#### *"Ett smart arbetssätt med en smart webb"*

*LiU:s webbplats är till för besökarna på utsidan men också konstruerad för att stödja och inspirera webbredaktörerna på insidan. En intuitiv, snabb och användarvänlig publiceringsmiljö med fungerande arbetsflöden, checklistor, stöd online och andra ändamålsenliga verktyg hjälper redaktören att arbeta effektivt. Sammantaget ger det utmärkt kontroll av vilket innehåll som ska skapas, när det ska skapas och hur, men också vem som ansvarar för det. I kombination med en genomtänkt förvaltningsmodell ger den smarta webben förutsättningar för motiverade och engagerade webbredaktörer som känner sig trygga i en informationssäker hantering av innehåll.*

## Webbplatsens syfte och effektmål

Webbplatsen ska stödja universitetets verksamhetsmål och strategier, så som de uttrycks i strategikartan. För att tydliggöra kopplingen mellan verksamhetens kommunikationsbehov och besökarnas behov och förväntningar finns fyra effektmål definierade (se nedan). Dessa effektmål fokuserar på utbildning, forskning, samverkan samt på det som berör alla områden, nämligen "lätt att hitta rätt". Till detta kommer att webbplatsen ska stödja de strategiska ställningstaganden universitetsledningen gör för att lyfta fram forskning och utbildning.

Effektmålen skapar både användarnytta för besökaren och verksamhetsnytta för LiU. Mätning och uppföljning är ett fortlöpande arbete som sker i nära samarbete mellan Kommunikations- och marknadsavdelningen och webbredaktörer ute i organisationen.

## Lätt att hitta rätt

*Effektmål 1: Besöken på LiU:s webbplats ska vara effektiva och tillförlitliga.*

För att besökarna ska vara nöjda med sitt webbplatsbesök gäller det att de hittar det de behöver på webbplatsen och att deras ärende går att uträtta. För att vinna besökarens förtroende och visa att Linköpings universitet är en trovärdig avsändare behöver informationen vara korrekt, konsekvent och enhetlig och besökaren ska känna sig trygg med att denne hittat rätt och all relevant information.

## Utbildning

*Effektmål 2: Lyfta fram Linköpings universitets utbildningsutbud på ett konkurrenskraftigt sätt för att guida studenter att göra ett välinformerat studieval.*

Enligt strategikartan ska universitetet attrahera och examinera eftertraktade studenter och doktorer för ett hållbart samhälle i en föränderlig värld genom att utveckla profilen av ett program- och campusuniversitet med innovativa, utmanande och studentaktiva utbildningar.

Ett av webbplatsens syften är att rekrytera studenter till universitetets utbildningar. Alla utbildningar ska presenteras på svenska samt på engelska i de fall utbildningen erbjuds till internationella studenter. Kurser och program som erbjuds en extern målgrupp ska presenteras under [liu.se/utbildning](https://liu.se/utbildning).

LiU:s webbplats följer etiska riktlinjer för studentrekrytering fastställda av SUHF – Sveriges universitets- och högskoleförbund 2013-03-21 (*REK 2013-2\_Etiska riktlinjer vid studentrekrytering\_BESLUT Förbunds församlingen 130321*). Kortfattat innebär de att på sakliga grunder ge tydlig, relevant och korrekt information till presumtiva studenter.

## Rekryterande sidor, studieinformation och kursgivning

Utbildningsdatabasen Bilda fungerar som källa till utbildningsinformation på [liu.se](https://liu.se). Rekryterande sidor för program och fristående kurser finns på [liu.se](https://liu.se). Dessa sidor länkar in till Studieinfo ([liu.se/studieinfo](https://liu.se/studieinfo)) där program- och kursplaner presenteras. Här finns även information om programkurser.

Kursgivning, d.v.s. kommunikationen mellan lärare och antagna studenter, sker i Lisam. Möjlighet finns att visa upp dokument från Lisam på Studieinfo.

## Forskning

*Effektmål 3: Skapa engagemang för LiU:s forskning på ett trovärdigt och attraktivt sätt.*

Enligt strategikartan ska Linköpings universitet skapa och sprida forskningsresultat med internationell genomslagskraft genom att stärka och utveckla internationellt slagkraftiga forskningsmiljöer som även tar ansvar för utbildning och samverkan.



Detta bland annat genom att ha en attraktiv akademisk miljö och en offensiv strategisk rekrytering.

För att stödja universitetets strategiska mål behöver webben visa upp LiU:s konkurrenskraftiga forsknings- och utbildningsmiljöer i syfte att presentera ett attraktivt professionellt sammanhang för presumtiva medarbetare och samarbetspartners.

Forskningskommunikationen på LiU:s webb kan sammanfattas till två huvudspår:

1. Vara ett verksamhetsstöd för LiU:s verkamma forskare för att kunna samverka, kommunicera och positionera sig i forskarvärlden.
2. Besökaren ska kunna ta del av kunskap, resultat och forskningens nyttiggörande genom en populärvetenskaplig forskningskommunikation.

Dessa betecknas som ”akademisk forskningskommunikation” respektive ”populärvetenskaplig forskningskommunikation” och riktar sig till skilda målgrupper, men har i praktiken en överlappning vad gäller målgrupp.

## Samverkan

*Effekt mål 4: Skapa engagemang för LiU:s forskning och stärka konkurrenskraften i LiU:s utbildningsutbud genom att visa fram samhällsnyttan och goda resultat av samverkan.*

LiU:s strategikarta pekar ut att universitetet ska bidra till en samhällsutveckling baserad på kunskap genom att vidareutveckla och stärka samverkan med det omgivande samhället. LiU:s webbplats har stor potential att attrahera, inspirera och konkret guida till samverkan med Linköpings universitet. Exempel på samverkan är forsknings- och utvecklingsarbete i samarbete med näringslivet, affärsutveckling av idéer och forskningsrön från studenter och forskare vid universitetet, nätverkande och kunskapsspridning, samverkan med skolor och studentprojekt.

Verksamhetens forskningsresultat får en avgörande betydelse för såväl samhällsutvecklingen i stort som för enskilda medborgares vardagliga liv. Genom att lyfta fram både forskningsresultat i sitt rätta sammanhang och göra det tydligt och enkelt hur och på vilka områden det omgivande samhället kan samverka med LiU, kan universitetet positionera sig i samhället och visa på nyttiggörande av forskning.

## Ansvar och organisation

### Ansvar för webbplatsen

Kommunikationsdirektören (KD) är genom delegationsordning ytterst ansvarig för universitetets webbplats, samtligt innehåll och arbetet med webbplatsen.

Kommunikations- och marknadsavdelningen ansvarar för att samordna, leda, styra, utveckla och förvalta universitetets webbplats, webbarbetet och webborganisationen. Avdelningen har också ett långtgående ansvar när det gäller att tillhandahålla stöd för dem som arbetar med webbplatsen.

IT-direktören har det yttersta ansvaret i de fall tillämpning av lagar och förordningar kräver tekniska lösningar. IT-avdelningen ansvarar för att webb-publiceringsverktyget och andra webbrelaterade system fungerar och uppfyller de krav och behov som finns för att verksamheten ska fungera. IT-avdelningen ansvarar för att tillhandahålla resurser och sammanhållen struktur för att stödja teknisk förvaltning och utveckling av den externa webbplatsen.

Fakulteterna har huvudansvaret för presentation av universitetets grundutbildning och forskarutbildning för en extern målgrupp. Detta görs i dialog med institutionerna. Vid behov kan ansvaret delegeras till institutionerna. Vad gäller den populärvetenskapliga presentationen av forskningen vid LiU är huvudansvaret delat mellan forskningskommunikatörer på KOM och fakulteterna. Dessa rådgör med institutionerna som tillhandahåller informationen.

Institutionerna/motsvarande har huvudansvaret för innehållet på medarbetarsidor och tillhörande forskningsverksamheter (ovan kallat "akademisk forskningskommunikation"). För institutionsövergripande forskningsverksamhet utses ansvarig för verksamhetens presentation.

Biblioteket ansvarar för försörjning, tillgängliggörande och presentation av informationsresurser utifrån grundutbildningens, forskarutbildningens och forskningens behov. I detta ligger även att medverka till att sprida och synliggöra LiU:s forskning.

Ansvaret för framtagande och förvaltning av innehållet på webbplatsens olika delar fördelas enligt delegation till verksamhetsansvarig (dekan, prefekt, eller motsvarande) för respektive fakultet/institution eller motsvarande. Detta ansvar kan sedan delegeras vidare i organisationen.

### Webborganisation

En förutsättning för en framgångsrik webbplats, som skapar avsedd effekt, nytta och tillgodoser besökarnas behov, är att det finns en professionell och effektiv webborganisation och förvaltning som kan producera ett innehåll av hög kvalitet samt utveckla och förvalta webbplatsen.

Det ska finnas klargjorda webbroller/-funktioner med beskrivna arbetsuppgifter, ansvar och befogenheter och de ska vara kända i verksamheterna på universitetet.

Webbredaktören utgör en nyckelkompetens i verksamheten och ska vara ett stöd för fakultetens/institutionens/motsvarande ledning i webbkommunikationsfrågor.

För en utförlig beskriv av LiU:s webborganisation hänvisas till *Beslut om ny webborganisation vid LiU 2017-01-24 DNR LiU-2017-02093-9*.

## **Legala krav, riktlinjer och tillgänglighetsanpassning**

Allt innehåll på LiU:s webbplats ska följa legala krav och tillgänglighetsanpassning samt egna riktlinjer för webbplatsen.

För att universitetet ska uppnå målet att kvalitetssäkra innehåll där LiU som myndighet följer gällande lagar/förordningar/rekommendationer måste de som hanterar innehåll efterleva de legala krav som är tillämpliga vid publicering på internet. Det gäller exempelvis upphovsrätt, dataskyddslagstiftning, offentlighets- och sekretesslag. För statliga myndigheter finns dessutom ytterligare ett antal lagar att förhålla sig till, bland annat arkivlagen, språklagen och förordning som styr tillgänglighetsanpassning. Se även internationella standarden för tillgänglighet *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.0 nivå AA)*. Universitetet ska följa E-delegationens riktlinjer för webbutveckling.

Ansvar för att gällande lagar följs vid hantering av innehåll på LiU:s webbplats ligger hos respektive fakultets/institutions/motsvarande verksamhetsansvarig (prefekt, dekan, avdelningschef eller motsvarande). Arbetsuppgiften (men ej ansvaret) kan delegeras till verksamhetens webbredaktör.

Kraven på myndigheten, Linköpings universitet, att vara restriktiv i sin behandling av personuppgifter är omfattande och kräver att den som ansvarar för innehåll på webbplatsens olika delar är väl förtrogen med lagstiftningen och observant på att inget innehåll strider mot denna lagstiftning.

Det utpekade ansvarsförhållandet mellan innehållsansvarig, webbredaktör, verksamhetsansvarig, kommunikations- och IT-direktör syftar till att säkerställa att de legala kraven efterlevs.

EU:s dataskyddsförordning, allmänt kallad GDPR, reglerar hanteringen av personuppgifter. Lagstiftningen rör även webb. Följande är att betrakta som personuppgifter och ska åtföljas av information och personen ska samtycka till behandlingen:

*En personuppgift är all slags information som direkt eller indirekt kan hänföras till en fysisk person som är i livet. Det innebär att inte enbart sådant som namn och personnummer är personuppgifter, utan även användarnamn, e-postadresser, bilder, ljud- och filmupptagningar, biometriska och genetiska data, fysiologiska uppgifter m.m. Även kombinationer av uppgifter kan utgöra personuppgifter om det genom kombinationen är möjligt att koppla dem till en fysisk person.*

Känsliga personuppgifter bör aldrig presenteras på webbplatsen. Till dessa räknas:  
*Uppgifter som avslöjar ras eller etniskt ursprung, politiska åsikter, religiös eller filosofisk övertygelse eller medlemskap i fackförening och behandling av genetiska uppgifter, biometriska uppgifter för att entydigt identifiera en fysisk person, uppgifter om hälsa eller uppgifter om en fysisk persons sexualliv eller sexuella läggning.*

För ytterligare information om LiU:s hantering av personuppgifter se *Behandling av personuppgifter vid Linköpings universitet. Riktlinjer. Dnr LiU-2018-01540.*

Läs mer om dataskydd på LiU: <https://insidan.liu.se/dataskyddsförordningen>.

LiU:s webbplats ska spegla universitetets mångfald när det kommer till jämställdhet, genus, etnisk och religiös mångfald, tillgänglighet och delaktighet för personer med funktionsnedsättning, sexuellt likaberättigande samt likvärdig behandling oavsett ålder eller könsöverskridande identitet/uttryck.

## Innehåll på webbplatsen

### Externt innehåll

Allt innehåll som vänder sig till externa parter och målgrupper ska ligga på liu.se och ha Linköpings universitet som tydlig avsändare. Innehåll som har en intern målgrupp, såsom befintliga studenter eller anställda, ska hanteras på student.liu.se respektive insidan.liu.se samt på institutioner och fakulteters egna interna subdomäner (ex. <http://www.ida.liu.se>, <https://www.lith.liu.se>).

### Externa målgrupper

Utifrån uppsatta syften för olika typer av innehåll (se Nyckelinnehåll) är det viktigt att webbredaktörer identifierar och förfinar målgrupper för enskilda delar av webbplatsens innehåll för att uppfylla det specifika syftet. Webbredaktörerna har ytterligare underlag och arbetsmaterial för att målgruppsanpassa innehåll.

### Nyckelinnehåll

Nyckelinnehåll är sådant innehåll som en stor del av webbplatsens besökare letar efter. Det är medarbetarpresentationer, rekryterande program- och kursinformation, forskningsverksamheter (akademisk forskningskommunikation) och forskningsområden (populärvetenskaplig forskningskommunikation) samt platsannonser. Det är inom dessa områden många av besökarnas syften med besöket uppfylls. Detta innehåll måste utformas extra noga, vägarna dit ska vara tydliga och så raka som möjligt. Nyckelinnehåll ska mätas, följas upp och utvärderas för att få veta om besökarna verkligen känner att de är nöjda med sitt besök. Innehållet stödjer tydligt effektmålen.

## Varumärke och grafisk profil

Webbplatsen är den kanske viktigaste kommunikationskanalen för universitetet. Hur LiU väljer att synas på webben, det vill säga vilka budskap, innehåll och funktioner som presenteras, påverkar direkt hur LiU:s varumärke uppfattas av omgivningen, både nationellt och internationellt.

Webbplatsen är ett av universitetets viktigaste verktyg för att realisera visionen att bli "ett universitet med internationell lyskraft – där människor och idéer möts och utvecklas". Det ska därför alltid vara tydligt att Linköpings universitet står som avsändare för allt innehåll på liu.se. Webbplatsen ska följa riktlinjerna i LiU:s varumärkesstrategi och manual för grafisk profil.

## Språk

Vägledande för vilka språk som innehåll på LiU:s webbplats ska finnas på är dels "hårda" krav d.v.s. Språklag 2009:600, dels "mjuka" strategiska val i form av målgruppsanpassning. Innehåll på liu.se ska finnas på svenska och engelska där det finns en tydlig målgrupp och syfte. Innehållet ska vara målgruppsanpassat och det är inte ett självändamål att ha en fullt ut speglad webbplats. Tre saker avgör vilket språk innehållet ska finnas på:

- Målgrupp
- Informationsbehov
- Språklag

Utbildningsutbudet ska presenteras på svenska samt på engelska om utbildningen erbjuds internationella studenter. Det finns möjligheter att målgruppsanpassa för flera språk.

All forskning och forskares medarbetarsidor måste alltid presenteras på svenska och engelska. Det finns inget krav på omfattningen för respektive språk, istället ska texten anpassas efter språk/målgrupp och kommunikationsbehov.

Målgruppsanpassad information om LiU:s samverkan måste alltid finnas på svenska då en stor del av verksamheten vänder sig till regionala eller nationella aktörer. För att inspirera och guida internationella intressenter till samverkan ska innehåll kring samverkan inom forskning, utbildning och strategiska satsningar även finnas på engelska.

## Klassificering av innehåll

Många av webbplatsens besökare kommer in på liu.se via en extern sökmotor och därför ligger endast en del av innehållet fast i en hierarkisk struktur. Taggning, filtrerade listor och sök används för att sätta innehållet i sitt sammanhang. Innehållet på webbplatsen är uppmärkt utifrån fördefinierade ordlistor som märker upp vad sidan innehåller samt vilken typ av innehåll det är.

## Vilka/vad ska synas på webben

Primärt styr besökarnas behov vilka verksamheter som ska synas på liu.se. Sekundärt styr organisationens behov. Det är målgruppernas behov och kommunikationsbehovet som avgör vad som ska finnas på webbplatsen.

En del sidor skapas upp automatiskt på webbplatsen, det gäller exempelvis medarbetarsidor, organisationssidor (institutioner, fakulteter, UF och avdelningar), program och kurser. Utöver detta är det respektive kommunikatör som i samråd med verksamhetschef bestämmer vilka verksamheter som har en extern målgrupp och hur detta ska visas upp på webben utifrån de övergripande innehållsriktlinjerna och sidmallarna.

## Sök

Huvuddelen av de externa besöken på liu.se kommer från någon av de stora kommersiella söktjänsterna. För att besökarna ska få bättre möjlighet att hitta innehåll på liu.se i det "allmänna sökbruset" på söktjänsterna är det viktigt att sidorna sökmotoroptimeras på ett genomtänkt och strukturerat sätt, t.ex. genom att noga välja tänkbara sökord i rubriker, ingresser, brödtext och länkar.

Webbplatsens egen sökfunktion ska vara lätt att använda, ge relevanta sökträffar samt fokusera på att vägleda på det sätt som LiU tror gagnar besökaren bäst. Den ska vara uppbyggd med filtreringsbara kategorier som delar upp sökresultatet i delmängder för att garantera besökaren snabba vägar till eftersökt information. När besökaren gör en sökning så ska resultaten presenteras så att det tydligt framgår vilken kategori varje sökträff tillhör, till exempel medarbetare, utbildningsprogram, forskning eller nyhet. På så sätt kan besökaren snabbt bedöma vilket resultat som bäst fyller just dennes syfte och därmed enklare och snabbare hitta till rätt innehåll. För att webbplatsens sökfunktion ska kunna ge relevanta sökträffar är det även här viktigt att sidorna sökoptimeras genom att framförallt välja tänkbara sökord i sidornas puffrubriker och puffbeskrivningar.

## Integrerat innehåll/datakällor

För att säkra korrektheten i den information LiU presenterar på webbplatsen hämtas information i många fall direkt från datakällan. Detta innebär att webbpubliceringsverktyget hämtar information via universitetets integrationsplattform Sesam och det som hämtas är i första hand automatgenererad information såsom organisationsstruktur, kontaktuppgifter, publikationer samt kurs- och programinformation.

## Tekniska ställningstaganden

### Teknisk plattform för LiU:s webbplats

Linköpings universitets webbplats ska vara sammanhållen och byggas i det gemensamma publiceringsverktyget Sitecore. Därigenom blir det tydligare för våra besökare att LiU är avsändare för innehållet på webbplatsen. Avsteg från dessa ställningstaganden beslutas av Kommunikationsdirektören eller i förekommande fall IT-direktören.

### Domännamn

Linköpings universitets officiella webbplats är liu.se och huvuddomänen liu.se ska gälla för all extern kommunikation som sker via webben.

Subdomäner av typen subdoman.liu.se ska inte användas för extern kommunikation. I fall huvuddomänen inte fungerar p.g.a. särskilda systemtekniska eller informationsmässiga krav, som gör att en subdomän är motiverad, ska detta godkännas av IT-direktören efter samråd med Kommunikationsdirektören.

### Mobil anpassning

Allt innehåll på LiU:s webbplats ska finnas tillgängligt för besökaren oavsett vilken typ av enhet som används. Det innebär att webbplatsen har en responsiv design och därmed är anpassad för såväl stationära datorer som mobila enheter oavsett skärmstorlek, såsom t.ex. surfplattor, smarta telefoner och läsplattor.

### Kampanjer

Verksamheter inom Linköpings universitet har ibland behov av att driva kampanjer på webben. Kampanjsajter byggs för ett specifikt syfte, t.ex. att rekrytera studenter eller informera om ett större event och är tillgängliga under en begränsad tidsperiod. Dessa kampanjer bör normalt hanteras inom ramen för LiU:s webbplats. Det innebär att kampanjerna ska byggas i befintligt publiceringsverktyg, följa LiU:s riktlinjer i varumärkesstrategi och manual för grafisk profil. Det ska alltid vara tydligt att LiU är avsändare. Syftet är att få besökarna att stanna kvar på LiU:s webbplats istället för att lotsa dem utanför.

### Anpassade webbplatser

För att kunna hantera webbsidor där t.ex. ett krav finns att flera jämbördiga samarbetspartners ska väga lika vad gäller grafik och presentation, ska det inom ramen för LiU:s webbpubliceringssystem Sitecore vara möjligt att skapa webbplatser som är anpassade i sin utformning. Detta för att tillgodose LiU:s krav på IT-säkerhet och supportbehov, men också för att tillmötesgå önskemål om att kunna göra projektspecifika sajter. Grundhållningen till denna möjlighet ska

emellertid vara restriktiv och tekniska egenskaper eller utvecklingsresurser kan utgöra begränsningar.

## Konferenser

Konferenser som arrangeras av LiU (eller av LiU och en eller flera samarbetspartners) ska erbjudas plats på LiU:s webbplats och ska följa riktlinjerna i varumärkesmanualen. Avsteg kan vara påkallande i enlighet med policyn för anpassade webbplatser. Linköpings universitet tillhandahåller ingen avancerad konferenslösning. Behövs detta anlitas externa parter inom ramen för befintliga avtal.

## Användbarhetstestning och utvärdering

Användbarhetstestning och utvärdering av de insatser som görs på webben ska kontinuerligt genomföras för att få kunskap om de fick avsedd effekt och nytta. Användbarhetstestning ger underlag för prioritering av framtida utveckling.

## Relaterade dokument och webbsidor

*Behandling av personuppgifter vid Linköpings universitet. Riktlinjer. Dnr LiU-2018-01540.*

*Beslut om ny webborganisation vid LiU 2017-01-24 DNR LiU-2017-02093-9.*

*Konceptbeskrivning av nya liu.se 2017-04-06 DNR LiU-2017-02093*

*Kommunikationspolicy för Linköpings universitet DNR LiU-2017-02348*

*Linköpings universitets varumärkesstrategi och varumärkesplattform LiU-2016-02649*

*Manualer för grafisk profil och varumärke*

Se <https://insidan.liu.se/kommunikationsstod/grafiskprofil>

*Språkguide 2017 LiU-2017-00783*

Se <https://insidan.liu.se/kommunikationsstod/sprakguider>

*Användning av sociala medier vid Linköpings universitet 2012-10-15.*

*Dnr LiU-2012-01606*