28.11.2022

## Sponsoroinnin periaatteet ja menettelytavat Lapin yliopistossa

Sponsoroinnilla tarkoitetaan suorituksia, joista yliopisto saa asianmukaisen vastikkeen esimerkiksi yliopiston näkyvyyden tai tunnettuuden lisääntymisenä.

Tähän dokumenttiin on kirjattu ne Lapin yliopiston sponsoroinnin periaatteet ja menettelytavat, jotka ohjaavat yliopiston sponsorointitoimintaa.

**Sponsorointikohteet**

Sponsoroinnin periaatteet rakentuvat Lapin yliopiston arvoille ja tukevat yliopiston strategisia tavoitteita. Yhteiskunnallisesti vastuullinen toiminta ja toiminnan vaikuttavuus ovat keskeisessä roolissa yhteistyökohteiden valinnassa.

Lapin yliopisto on ensisijaisesti mukana tukemassa hankkeita, jotka edistävät jotain seuraavista kolmesta:

* arktisen alueen ja sen ihmisten hyvinvointia, tasa-arvoa ja kulttuuria
* pohjoista tiedettä, taidetta ja osaamista
* ekologista tai sosiaalista kestävää kehitystä sekä yliopiston yhteiskunnallista vastuuta

sekä lisäävät samalla yliopiston vetovoimaa ja myönteistä mielikuvaa.

**Sponsorointia koskevat päätökset**

Sponsoroinnin koordinoinnista ja valmistelusta vastaa yliopiston LUC viestintäpalvelut. Sponsorointi tukee ensi sijassa yliopiston yhteiskunnallista vuorovaikutusta sekä mielikuvaa yliopistosta houkuttelevana ja vastuullisena akateemisena toimijana ja -yhteisönä sekä vastuullisena alueensa kehittäjänä.

Sponsoroinnin painopisteenä on yliopiston vetovoimaisuuden vahvistaminen, etenkin opiskelijamarkkinoinnin tukeminen.

Sponsorointipäätöksen valmisteluprosessissa varmistetaan, että mahdollinen sponsorointipäätös on neutraali suhteessa yliopistoyhteisön jäsenten eri intressipiireihin (esteellisyysarvionti).

Kaikki yliopiston sponsorointeja koskevat kyselyt ohjataan LUC viestintäjohtajalle. Pienempien tukisponsorointien osalta päätöksen sponsoroinnista tekee viestintäjohtaja.

Laajempien kumppanuuksien osalta viestintäjohtaja valmistelee aiheesta esityksen rehtorille, joka tekee sponsorointipäätöksen. Rehtori tekee päätökset sponsoroinnista kaksi kertaa vuodessa: tammikuun lopussa ja elokuun alussa.

Sponsorointipäätöksen jälkeen valmistellaan sponsorointisopimus yhteistyössä sponsoroitavan tahon kanssa.

Sopimuksella varmistetaan, että osapuolet pääsevät tavoitteisiinsa tiivistä yhteistyötä tehden.

**Sponsoroinnin vaikuttavuus ja läpinäkyvyys**

Sponsoroinnin toteutumista seurataan vuosittain, ja sopimuskauden päätyttyä sponsoroinnin vaikuttavuudesta tehdään kokonaisarvio.

Viestintäpalvelut toteuttaa kaikista yliopiston piirissä olevista sponsorointikohteista ja -summista kerran vuodessa yhteenvedon, joka julkaistaan yliopiston verkkosivuilla ja intrassa. Tällä varmistetaan sponsoroinnin läpinäkyvyys.

Nämä periaatteet on hyväksytty rehtori Antti Syväjärvi.