



## Policy för informationsspridning genom sektionens kanaler

### 1 Formalia

#### 1.1 Sammanfattning

Policyn ger en beskrivning hur informationsspridning skall ske utifrån olika situationer.

#### 1.2 Syfte

Denna policy togs fram under diskussion mellan berörda parter från sektioner och Informationsansvarige på TLTH. Syftet med policyn är att göra det lättare för annonsörer att få klarhet i vad som gäller, då det tidigare skiljt sig från sektion till sektion. Infokollegiet 2012 tog fram följande policy för informationsspridning genom de kanaler som finns under TLTH. Texten är omformulerad för att passa för D-sektionen.

#### 1.3 Omfattning

Eftersom policyn inte har antagits på något möte så omfattar policyn inget men agerar behjälplig i omfattade situationer beskrivna nedan.

#### 1.4 Historik

Uppskattad historik:

Skreven 2012, uppdaterad och genomarbetad 2013.

Upplagd på hemsidan den 15 februari 2015.

Uppdaterad enl. Policy för Policyer på HTM2 2021. Uppdaterad enl. Policy för styrdokument på VTM-extra 2023.

#### D-sektionen

Varje mästare inom sektionen får sätta upp affischer på anslagstavlor, information på hemsidan eller information på skärmen som denne behagar.

#### Nationer

Nationer bedöms kunna av egen kraft både engagera medlemmar och locka folk till sina evenemang. Därför kan nationerna få sätta upp sina affischer på allmänna anslagstavlor i E-huset, men de ska inte erbjudas plats på de av sektionen administrerade informationskanalerna. Akademiska Föreningen (AF), och dess underföreningar, bör ha behandlas på samma sätt som nationerna.

#### Idrottsföreningar

Idrottsföreningar bör inte tillåtas annonsera genom sektionens kanaler, utan endast på de allmänna anslagstavlorna. Detta då marknadsförandet av dessa kan konkurrera med TLTH:s egna verksamhet (t.ex. Teknologkårens IF).

#### Företag

All företagsannonsering (jobberbjudanden, lunchföredrag mm.) ska gå genom sektionens Industrimästeri eller Teknologkårens näringslivsutskott.

#### Undersökningar/Testpersoner



Infokollegiet fann ingen nytta med att marknadsföra varken enkätundersökningar eller förfrågningar om testpersoner.

### **Studierelaterat**

Med detta menas arrangemang som rör utbytesstudier, kurser eller annat studierelaterat som inte kommer från LU/LTH. Dessa bör ses som vinstdrivande företag, och ska gå igenom sektionens Industrimästeri eller Teknologkårens näringslivsutskott.

### **LU/LTH**

Material som publiceras från LU/LTH ska i stor mån marknadsföras så länge det gäller större evenemang, såsom information om utbytesstudier eller liknande. Marknadsföring av enskilda kurser anses inte vara av något stort intresse för sektion, och den bör ske i diskussion med Studierådsordförande.

### **Kultur**

Ansvar för att marknadsföra dessa sällskap och grupper anses inte ligga på sektionen, och bör hänvisas till de allmänna tavlorna.



Lund, dag som ovan

Jens Elofsson  
Sekreterare, tillika Propagandamästare