

PROMEMORIA
FÖR
MARKNADSFÖRING



**KONGLIG
ELEKTROSEKTIONEN**

den 07 oktober u.n.å. 1000110 (2025 b.t.)

1 Syfte

Detta PM tydliggör Konglig Elektrosektionens hantering av externa aktörer vid marknadsföring genom sektionen och nämndernas kommunikationskanaler. Dessa kanaler är:

- Webbssidor - Ex. elektrosektionen.se och potential.nu
- Tolvan
- Facebook - Ex. Elektroteknik KTH
- Instagram
- LinkedIn

Syftet är att etablera en tydlig struktur för hur marknadsföringsförfrågningar hanteras, hur kommunikationskanaler används samt vilka riktlinjer som gäller för innehåll. Detta PM syftar till att säkerställa rättvis behandling av olika intressenter samt att balansera nyttan för sektionens medlemmar med potentiella intäkter till sektionen.

2 Olika aktörer

2.1 Ideella organisationer

Med ideell organisation avses en förening eller aktör som inte är direkt vinstdrivande, utan verkar för allmännyttiga syften. Det kan till exempel inkludera:

- Föreningar inom THS, KTH eller andra sektioner
- Studentdrivna projekt
- Startups i ett mycket tidigt skede - Ex. nyligen startade av KTH-studenter

2.2 Företag

Med företag avses aktörer som verkar med ett vinstdrivande syfte eller är etablerade inom näringslivet. Det kan till exempel inkludera:

- Kommersiella företag
- De flesta startups med extern finansiering eller försäljning
- Tidigare elektrosektionens medlemmar som representerar sin arbetsgivare
- Statliga myndigheter och offentliga aktörer.

3 Behandling av respektive aktör

3.1 Ideella organisationer

Ideella aktörer får marknadsföra sig kostnadsfritt genom Elektrosektionens kanaler, förutsatt att innehållet bedöms vara relevant för sektionens medlemmar och inte rör näringslivsfrågor. Med näringslivsfrågor avses innehåll

som involverar företag, arrangeras av eller i samverkan med företag, eller på annat sätt bidrar till att synliggöra företag och deras verksamhet. Vilka kanaler som används avgörs från fall till fall av sektionstyrelsen. Förfrågningar från ideella aktörer, som inte är startups, hanteras av Halvledare. Om någon del av innehållet berör näringslivsfrågor, hanteras detta av AMSe.

3.2 Företag

För företag gäller följande riktlinjer:

- Examensarbeten får marknadsföras kostnadsfritt.
- Betalda samarbeten, såsom lunchföreläsningar och casekvällar, marknadsförs utan extra kostnad. Marknadsföringen ingår i det överenskomna priset för det aktuella samarbetet.
- Sommarjobb, praktikplatser och deltidsjobb debiteras enligt gällande prislista.
- Övrig marknadsföring hanteras från fall till fall.

Förfrågningar från företag hanteras av AMSe.

4 Allmänna villkor

Konglig Elektrosektionen förbehåller sig rätten att neka marknadsföring som:

- Bedöms irrelevant för målgruppen
- Strider mot sektionens värderingar eller integritet
- Innehåller otydlig eller vilseledande information

Material kan komma att justeras innan publicering för att följa grafiska och språkliga riktlinjer.