

Policy för marknadsföring

Gefle Studentkår (GS) når många studenter vilket därför ses som en attraktiv marknadsföringsplattform för externa aktörer. All extern marknadsföring sker vid mån av plats, godkännande av GS och förutsatt att det inte strider mot GS åsikter och stadgar. Prissättning för marknadsföring anges i bilaga: Partnertrappan.

DIGITAL MARKNADSFÖRING

Med digital marknadsföring menas sociala medier samt hemsida och mailutskick. Med sociala medier menas Instagram och/eller Facebook. Skulle detta ändras omfattas de nytillkomna sociala kanalerna även av denna policy.

TRYCKT MARKNADSFÖRING

Med tryckt marknadsföring menas affischer på anslagstavlor, flyers i kårexpeditionen och Dass Högtryck.

FYSISK MARKNADSFÖRING

Med fysisk marknadsföring menas deltagande under GS evenemang så som: stadskampen, häng med kåren, kårfrukost och liknande. Beslut tas av presidiet och enskilt avtal ska tecknas.

STUDENTFÖRENINGAR

Studentföreningar med anslutning till Högskolan i Gävle kan få marknadsföra exempelvis sina evenemang kostnadsfritt via GS marknadsföringskanaler. I regel gäller att informationen även ska gälla för medlemmar i GS. Beslut om kostnadsfri marknadsföring tas av presidiet, i övrigt gäller Partnertrappan.

ARBETSMARKNADSDAGAR

Vid förfrågan av studentförening om annonsering av arbetsmarknadsdagar erbjuds detta både via Dass Högtryck och digitala marknadsföringskanaler i utbyte mot att studentföreningen erbjuder GS en kostnadsfri monterplats under arbetsmarknadsdagen. I de fall GS inte kan erbjuda detta hanteras det som marknadsföring av extern aktör.

EKONOMISKA SAMARBETSPARTNERS

GS ekonomiska samarbetspartners (exempelvis Högskolan i Gävle och Gävle kommun) kan få marknadsföras kostnadsfritt via GS digitala marknadsföringskanaler om informationen är riktad till studenter vid HiG, och/eller medlemmar i GS. Beslut om kostnadsfri marknadsföring tas av presidiet, i övrigt gäller Partnertrappan.

ÖVRIGA SAMARBETSPARTNERS

I vilken mån GS samarbetspartners har tillgång till att annonsera via GS marknadsföringskanaler ska finnas reglerat i samarbetsavtalet. I de fall detta inte är reglerat ska det hanteras som marknadsföring från extern aktör och prissättning enligt Partnertrappan.

ENSKILDA STUDENTER

Vid tillfällen då enskilda studenter vill marknadsföra sig via GS marknadsföringskanaler tas beslut av presidiet i varje enskilt fall. Det som ska marknadsföras ska vara av karaktär att det kan gynna studenter vid lärosätet som exempelvis en teaterföreställning, ett idrottsevenemang eller ett ideellt projekt. Marknadsföring för enskilda studenter ska i regel vara kostnadsfri.

ÖVRIGA

Annan extern aktör (exempelvis företag och organisationer) som vill marknadsföra sig via GS digitala marknadsföringskanaler betalar enligt kostnadsalternativ i Partnertrappan.